

PLATAFORMA DE INTEGRAÇÃO ENTRE PESSOAS E ORGANIZAÇÕES

ALLAN DUARTE EHLERT¹; FILIPE RUTZ DOS SANTOS²; OTÁVIO SANTOS
SILVA CORREA³, TATIANA AIRES TAVARES⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – adehlert@inf.ufpel.edu.br

²Universidade Federal de Pelotas – frsantos@inf.ufpel.edu.br

³Universidade Federal de Pelotas – otaviosscorrea@inf.ufpel.edu.br

⁴Universidade Federal de Pelotas – tatiana@inf.ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

"Tecnologias que aproximam quem está longe e afastam quem está perto" – essa provocação, levantada por autores como SANTAELLA (2013), ecoa no cenário social contemporâneo, onde a conectividade digital, por vezes, cria barreiras nas interações presenciais. Diante desse panorama, o presente artigo aborda o aplicativo de conversas PIPO, concebido para fortalecer laços e promover o engajamento comunitário. O objetivo é contextualizar o problema da fragmentação social no ambiente digital e demonstrar como o aplicativo, por meio de suas funcionalidades, busca mitigar tais efeitos, incentivando a interação genuína e o desenvolvimento de comunidades coesas.

A relevância do tema reside na crescente necessidade de repensar o uso da tecnologia para impulsionar conexões humanas significativas, considerando os impactos no comportamento social (BOIKO; WEIZMANN, 2022). A literatura tem explorado as complexidades das relações sociais mediadas por tecnologias digitais, destacando benefícios e desafios inerentes à formação e manutenção de comunidades (PERUZZO, 1998). O PIPO se insere nesse debate, propondo uma solução que visa não apenas conectar, mas também fomentar um senso de pertencimento e colaboração.

As próximas seções deste artigo abordam as atividades realizadas e as considerações finais deste trabalho.

2. ATIVIDADES REALIZADAS

A concepção do aplicativo PIPO foi desenvolvida no contexto de um projeto de inovação e desenvolvimento de produto digital, com o objetivo de explorar soluções tecnológicas para o fortalecimento de comunidades e a promoção de interações sociais mais significativas. O foco principal foi aplicar metodologias ágeis e criativas, inspiradas em abordagens que valorizam o aprendizado ativo, a criatividade colaborativa e o desenvolvimento de competências para o mundo contemporâneo.

As ferramentas utilizadas foram o Mashup (SESSIONLAB, 2024), o Canvas (SEBRAE, 2013) e o Pitch (ENDEAVOR BRASIL, 2016), que auxiliaram na organização, modelagem e comunicação do projeto. O Mashup foi empregado para combinar ideias e referências de diferentes fontes, promovendo conexões criativas e inovação. O Canvas serviu como instrumento de estruturação do projeto, permitindo caracterizar de forma clara os objetivos, métodos e impactos esperados. Por fim, o Pitch foi utilizado como formato de apresentação concisa da proposta desenvolvida, estimulando a capacidade de síntese e argumentação.

O PIPO apresenta como vantagens e oportunidades a monetização diversificada através de anúncios e assinaturas premium, o foco no engajamento genuíno por meio de feedback por meio de uma análise de sentimentos

automatizada, a priorização da segurança e criptografia de mensagens, e o potencial para parcerias estratégicas com condomínios, escolas, empresas e órgãos públicos. Seu público-alvo é nichado, abrangendo moradores de condomínios, alunos e professores, funcionários de empresas e órgãos públicos, e indivíduos em ambientes de lazer ou associações. Adicionalmente, o aplicativo visa especificamente pessoas que sentem dificuldade em iniciar interações ou buscam ampliar seu networking em ambientes específicos, abordando a barreira da falta de conexões interpessoais.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relevância do PIPO reside na capacidade de transformar uma preocupação social em um produto digital viável, focado em promover interações genuínas e fortalecer comunidades, demonstrando a importância de um design centrado no usuário, especialmente para aqueles com dificuldades de iniciar conexões. Embora desafios como a complexidade do algoritmo de *matching* e a harmonização da monetização com a experiência do usuário tenham sido identificados, a principal lição foi a necessidade de atender às particularidades do público-alvo para facilitar a interação.

Protótipos:



Figura 01: Protótipos de tela para o PIPO. Esquerda para direita: tela de inicial, tela de conversação, mapa de usuários e análise de sentimentos.

Futuramente, a implementação de um MVP e a realização de estudos de impacto social serão cruciais para validar e aprimorar o PIPO, consolidando seu papel na promoção de laços sociais mais fortes.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SANTAELLA, L. As redes sociais digitais: um olhar sobre o espaço de interação e comunicação na internet. In: PEREIRA, R. M.; CUNHA, M. A. (Orgs.). *Redes sociais na internet: um fenômeno em construção*. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 33-50.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação nos Movimentos Populares: a participação na construção da cidadania. Rio de Janeiro: Mauad X, 1998.

BOIKO, W. M.; WEIZMANN, A. A Influência das Tecnologias de Comunicação no Comportamento Social. *Revista Innovatio*, v. 1, n. 9, p. 51-60, 2022.

SESSIONLAB. Mash-Up Innovation. SessionLab, 2024. Método baseado na técnica da Hyper Island. Acessado em 25 jul. 2025. Online. Disponível em: <https://www.sessionlab.com/methods/mash-up-innovation>

SEBRAE. O quadro de modelo de negócios: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios. Sebrae Nacional, Brasília, 2013. Métodos. Acessado em 25 jul. 2025. Online. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/ES/Anexos/ES_QUADROMODELODENEGOCIOS_16_PDF.pdf

ENDEAVOR BRASIL. Um pitch irresistível: o que vocêalaria se tivesse 1 minuto com Bill Gates? Endeavor Brasil, 4 ago. 2016. Artigos. Acessado em 25 jul. 2025. Online. Disponível em: <https://old.endeavor.org.br/dinheiro/como-fazer-pitch-irresistivel/>