

Spotify – Música Fácil

Felipe Setti LACERDA¹

Jade RUFFEIL²

Marcella MALTA³

Prof. Rodrigo Duguay da Hora PIMENTA⁴

Universidade Católica de Pernambuco, PE

RESUMO

Este paper narra a construção do trabalho da disciplina de “Criação em PUP” do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP). A proposta criativa consiste em apresentar uma peça em formato de cartaz, criado para apresentar o Spotify, um serviço de música por *streaming*, para ser veiculada em abrigos de ônibus. Esta campanha foi desenvolvida na disciplina de Criação, com proposta de colocar em prática os conhecimentos adquiridos durante o curso. O cartaz foi desenvolvido com foco na interatividade com o público alvo, buscando maior alcance entre os consumidores.

PALAVRAS-CHAVE: Spotify; Streaming; Cartaz; Interatividade; Abrigos de ônibus.

1 INTRODUÇÃO

Esse trabalho foi desenvolvido na disciplina de Criação do 4º período do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), como um projeto de conclusão da mesma, com objetivo de desenvolver de maneira prática os conhecimentos adquiridos durante do semestre.

Tendo em vista a realidade em que vivemos a velocidade na troca de informações e a grande quantidade gerada das mesmas todos os dias, a praticidade vem sendo primordial na utilização de qualquer serviço ou produto. Assim é possível entender a demanda por serviços de *streaming*⁵, ou seja, a utilização de programas ou softwares como serviço, os

¹ Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: felipesettilacerda@gmail.com

² Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: jademruffeil@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: marcellamaltac@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda e Mestre em Comunicação pela UFPE, disciplina de “Criação em PUP”, email: rodrigoduguay@gmail.com.

⁵ Streaming consiste numa tecnologia de envio de informações multimídia, com objetivo de disponibilizar conteúdo via internet, com músicas, filmes, transmissões online etc..

chamados *SaaS* (*software as a service*), devido a facilidade de programas como o Netflix.

Tudo está conectado e na nuvem, não seria diferente com o segmento de música. Logo os aplicativos de *streaming* vêm crescendo de forma significativa nos últimos anos, já que não é viável mais ter grandes equipamentos de som, que normalmente requerem grandes espaços de armazenamento. Esses tipos de serviço funcionam normalmente *online*, facilitando a vida do usuário.

O Spotify é um aplicativo de *streaming* de música, fundado na Suécia em 2008, que consiste em disponibilizar músicas online. Esse programa é considerado o melhor serviço de *streaming* de sua categoria possuindo mais de 50 milhões de usuários em 58 países, entres esses usuários, 12,5 milhões pagam pelo serviço *premium*.

Este trabalho buscou desenvolver uma peça publicitária para apresentar o Spotify para um público alvo na cidade do Recife, mostrando todas as vantagens que um serviço como esse pode oferecer para a população.

2 OBJETIVO

O cartaz tem como objetivo apresentar e vender o *Spotify Premium* para seu público alvo, que seriam pessoas que utilizam o transporte público, especificamente o ônibus, na região metropolitana do Recife e que estejam interessados em pagar cerca de R\$ 15,00 como mensalidade. A peça será veiculada em várias paradas de ônibus da região, criando um ambiente inovador e interativo com o consumidor.

Assim, o trabalho tem como objetivo atrair atenção do público para esse serviço, que ainda não é conhecido por grande parte da população, mostrando as vantagens na utilização do mesmo que é considerado por muitos o melhor serviço de *streaming* para quem é interessado em escutar música de qualidade.

No Brasil já existiam vários serviços de *streaming* de música antes da chegada do Spotify, como os aplicativos Deezer e Rdio que são famosos entre os usuários brasileiros do segmento. O Spotify tem como objetivo alcançar a liderança do mercado no Brasil, como já possui no mundo, sendo visto como referência no mercado.

O grande desafio criativo era, diante de tantas opções gratuitas, fazer com que os usuários experimentassem o produto e conferisse a qualidade de sua transmissão de áudio, ao mesmo tempo que não se propusesse uma mídia exterior que pudesse trazer em si elementos de interatividade da internet e das ferramentas mobile, questões que são inerentes

ao uso do serviço de assinatura anunciante da peça. Desafio maior é ainda fazer isto no meio cartaz, tradicionalmente visto como de menor potencial persuasivo. O baixo custo de divulgação diante de outras mídias nos fez pensar em potencializar este substrato midiático, acrescentando elementos que remetessem a interatividade digital, sem perder a característica analógica desta mídia, como será visto neste trabalho.

3 JUSTIFICATIVA

Pensando num dos principais meios de transporte, o ônibus, utilizado pela população residente na região metropolitana do Recife, decidimos criar um cartaz simples e interativo para atingir nosso público alvo e nosso objetivo. Os usuários desse tipo de transporte costumam demorar um tempo bastante longo do ponto de partida até o ponto de chegada, incluindo o tempo de espera nas paradas de ônibus. Segundo matéria divulgada no Diário de Pernambuco⁶ Recife lidera o *ranking* de congestionamento das principais vias em horários de pico, com cerca de 60% delas congestionadas. Segundo indica pesquisa divulgada no mês de maio de 2014 pela empresa de tráfego TomTom.

Analisando esta situação do trânsito na cidade, é possível perceber o potencial e a oportunidade de conseguir divulgar e vender o serviço para os usuários de ônibus, pois eles terão a oportunidade de entrar em contato com a peça diversas vezes e durante longos períodos de espera nas paradas de ônibus.

O cartaz e o luminoso são percebidos de passagem nas vias públicas, mais ou menos casualmente. Entretanto, pelo seu tamanho e pelas cores (e o luminoso pelo fulgor) exercem impacto sobre o público e pela repetida exibição conseguem influir, fixar uma mensagem breve e veicular uma impressão. (SANT'ANNA, 1998, p.236)

A utilização de mídia impressa em lugares públicos é uma excelente forma de causar impacto sobre o público, principalmente se atender a algumas características elencadas por Armando Sant'Anna, as de impacto, memorização e simplicidade. Logo, procuramos com nosso trabalho atingir essas características, buscando atingir de forma eficaz nosso público alvo.

Segundo pesquisa do Ipsos Marplan divulgado no Grupo de Mídia de São Paulo através do Mídia Dados, que buscou analisar o potencial de cobertura de mídia Out-of-Home⁷ em uma semana. Analisando a região do Grande Recife, a capacidade que os abrigos de ônibus têm

⁶ Matéria Veiculada na versão online do Diário de Pernambuco: “Recife: a capital das ruas travadas.”

⁷ Mídia exterior, Outdoor e backbus.

de atingir o consumidor após uma semana é de 33%⁸. Logo, concluímos que o potencial deste meio é compatível com objetivo da campanha, fazendo com que a campanha possa gerar um excêntrico alcance.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Primeiro recebemos o *briefing* sobre dois produtos que deveríamos escolher entre eles para desenvolver uma peça publicitária. A escolha feita pelo grupo foi pela criação de um cartaz impresso para o cliente Spotify Premium. Durante o *brainstorm* levou-se em consideração o formato escolhido para que pudéssemos obter o melhor resultado possível, além das características importantes deste meio de comunicação, como o fato de conseguir ser veiculado em diversas formas e em diversos lugares como em muros e paredes, pontos estratégicos ao redor da cidade.

Após a escolha do meio e do produto que desenvolveríamos a campanha, foi realizado uma pesquisa mais aprofundada sobre o Spotify. Inicialmente entramos no site do aplicativo para conhecer melhor sua história e fazer um estudo aprofundado sobre o serviço que era oferecido pelo produto, além de obter informações fundamentais para o desenvolvimento da peça. Durante o processo de pesquisa, descobriu-se o motivo do desconhecimento do aplicativo por parte da população, segundo indica notícia da Gazeta do Povo², o serviço que é mundialmente famoso, só chegou ao Brasil no dia 28 de maio de 2014.

O próximo passo foi encontrar algumas referências para ajudar na criação da peça, procuramos nos sites do Clube de Criação de São Paulo e do Luerzer's Archive. Assim, foi dado início o processo de desenvolvimento da peça, analisando o slogan do próprio produto diz “Música para todos”, nosso primeiro pensamento foi uma maneira de atingir a grande população com músicas que são consideradas conhecidas por todos, como exemplo Cotidiano – Chico Buarque, Raposa e as uvas – Reginaldo Rossi, etc. Porém, chegamos à conclusão que este formato de cartaz não iria aguçar a curiosidade dos leitores e assim nosso objetivo não seria concretizado. Foi feito então mais uma reunião de *brainstorm*.

O conceito elaborado foi o de adicionar ao cartaz um dispositivo de música. A ideia final é que quando o indivíduo apertasse o botão (que estaria localizado dentro do cartaz) o dispositivo iria ser ativado e começar a tocar músicas aleatórias. O aparelho ficaria

⁸ Pesquisa disponível em: <<http://sunflower2.digitalpages.com.br/html/reader/119/38924>>.

espalhado em várias paradas de ônibus, assim atingindo grande parte da população. O processo de produção iniciou com o desenho de um rafe, para depois criar a peça de maneira definitiva. Usando como base o modelo criado no esboço, a peça foi produzida através da utilização do editor de imagens vetoriais Adobe Illustrator CS6, e do software de manipulação de imagens Adobe Photoshop, também na versão CS6.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Após a pesquisa de todos os recursos que o Spotify Premium oferece ao consumidor, ficou claro o motivo dele ser considerado o líder mundial no segmento e porque ele se destaca dos demais aplicativos. Então o grupo elaborou um conceito de “música fácil”, ou seja, com o Spotify Premium você tem acesso a sua biblioteca musical tanto online quanto off-line.

A ideia de música fácil é levar ao dia a dia do consumidor mais distração e comodidade nas horas em que precisar. Visualmente, esta ideia foi elaborada através de um cartaz interativo que terá no centro um botão em estilo “3D”, que ao ser apertado disponibilizará trechos randômicos de músicas disponíveis na plataforma através de um dispositivo de som acoplado ao cartaz, que será instalado nas paradas de ônibus com o intuito de despertar o interesse no consumidor para que o produto seja adquirido. Ao mesmo tempo o cartaz contemplará embutido na estrutura do abrigo uma hotspot wi-fi, uma vez que para usar o serviço é preciso ter acesso a internet.

Foi escolhida para o fundo do cartaz a cor preta por ser neutra e por destacar os outros elementos coloridos que estiverem sobre ele. A frase utilizada “Acesse música fácil” faz referência ao serviço que o produto lhe oferece e ao mesmo tempo ao dispositivo de som que será ativado quando as pessoas apertarem o botão presente na peça. Este aparelho é ativado pelo botão em “3D” que foi feito com a logomarca do Spotify para fixar a imagem da marca na mente do público alvo. A frase “Aperte aqui” serve para chamar atenção dos consumidores para a logo do Spotify, criando curiosidade sobre a mesma.

A peça será veiculada nos abrigos de ônibus, especificamente nos painéis laterais que possuem em média 1,00 m (de largura) x 1,5(de altura)⁹ e será retroiluminado. O dispositivo de som que será acoplado ao anúncio estará na parte superior do abrigo, para ter eficácia total na reprodução das músicas. Foi escolhido o painel lateral devido ao botão

⁹ Tamanho disponibilizado pela Rota Mídia exterior, através do site:
<<http://www.rotamidia.com.br/index.php/produtos>>.

tridimensional que faz parte da peça, pois seria inviável colocá-lo no painel central já que é nesse onde as pessoas sentam, podendo causar transtornos aos passageiros em espera nas paradas.

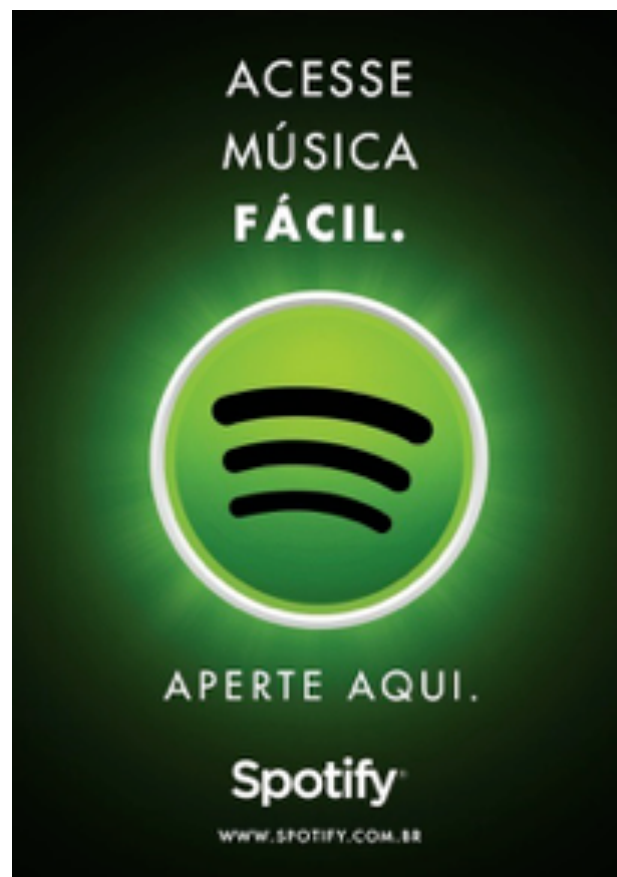


Imagem 1
Reprodução do Layout do Cartaz Interativo

Como a peça é um cartaz a mensagem tem que ser passada de forma clara e objetiva para que o entendimento do público seja imediato, portanto foi usada uma tipologia simples e direta.

A peça criada terá algumas músicas disponíveis, que serão tocadas quando forem acionadas através do botão. Assim, é necessário que as músicas sejam constantemente mudadas, para dar ao cartaz uma interatividade maior e para justamente se identificar com a proposta do Spotify, que é de disponibilizar inúmeras músicas em seu serviço, logo é necessária uma rotatividade por parte do anúncio. Foi pensado inicialmente que fossem trocadas as músicas a cada 15 dias ao longo da campanha.

5.1 HOTSPOT WI-FI – UMA ENTREGA SOCIAL

É sabido que o acesso a internet hoje tem se universalizado com as redes móveis. No ano passado a We Are Social (2014) aponta uma penetração de 40% do acesso da rede internacional de computadores via dispositivos mobile, dado que só tende a aumentar quando for divulgado o consolidado do ano em curso. No entanto, os custos do acesso a esta rede, aliada a baixa velocidade de streaming nos planos pré-pagos são fatores limitadores para muitos usuários.

Como forma de ampliar a penetração da peça para o acesso imediato aos serviços e sendo o ponto de ônibus um local importante de espera, um hotspot aberto gratuito com o nome “Spotify” seria disponibilizado a todos os usuários do ponto de ônibus: uma opção simpática de mídia e que permitiria a todos os usuários se cadastrarem.

Antes do primeiro acesso uma tela de login seria implantada com o mesmo layout do cartaz e a mensagem “hotspot cortesia de Spotify, experimente”. Mais uma vez conseguiremos ampliar a visibilidade do cartaz, chamando para o teste da funcionalidade interativa e oferecendo um serviço relevante à todos os usuários daquele local.

6 CONSIDERAÇÕES

Durante a realização do trabalho foi possível conhecer vários arquivos com referências publicitárias que podem vir a auxiliar futuros trabalhos. Aprendemos com o desenvolvimento da peça e da pesquisa os recursos que o produto Spotify oferece, além de aprender e desenvolver técnicas nos programas Illustrator e Photoshop.

Conseguimos informações relevantes acerca do veículo de comunicação escolhido, os abrigos de ônibus e como devemos utilizá-los para atingir nosso objetivo. Analisando o público alvo, que era bem diversificado, vimos a importância de utilizar textos simples e de fácil entendimento, porém sem perder a criatividade e o diferencial para a produção de um cartaz interativo e que conseguisse atingir seu objetivo.

Assim, a produção do trabalho foi fundamental para colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo da Disciplina de Criação, conseguindo, por fim, entender os assuntos que foram apresentados durante as aulas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 7 Ed, São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1998.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Recife: a capital das ruas travadas**. Disponível em: <http://diariodepernambuco.com.br/app/noticia/vidaurbana/2014/06/05/interna_vidaurbana,508232/recife-a-capital-das-ruas-travadas.shtml>. Acesso em: 20 de novembro de 2014.

ROTA MÍDIA EXTERIOR. **Produtos**. Disponível em: <<http://ww.rotamidia.com.br/index.php/produtos>>. Acesso em: 20 de novembro de 2014.

TECH TUDO. **Spotify chega ao Brasil com plano gratuito e assinatura mensal**. Disponível em : <<http://techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/05/spotify-chega-ao-brasil-com-plano-gratuito-e-assinatura-mensal.html>>. Acesso em: 20 de novembro de 2014.

MÍDIA DADOS. **Mídia Out-of-Home**. Disponível em: <<http://sunflower2.digitalpages.com.br/html/reader/119/38924>>. Acesso em: 20 de novembro de 2014.

SPOTIFY. **Information**. Disponível em: <<http://press.spotify.com/us/information/>>. Acesso em: 20 de novembro de 2014.

GAZETA DO POVO. **Líder mundial em streaming de música, Spotify é lançado oficialmente no Brasil**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/conteudo/phtml?id=1472108>>. Acesso em: 20 de novembro de 2014.

SIGNIFICADOS. **Significado de Streaming**. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/streaming/>>. Acesso em: 20 de novembro de 2014.

WE ARE SOCIAL Singapore. **Social, Digital & Mobile Around The World (January 2014)** Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/slideshow/view/29791716?login=wearesocialsg&title=social-digital-mobile-around-the-world-january-2014>> Acesso em: 20 de novembro de 2014.