

## Ler Te Torna Uma Pessoa Mais Interessante. <sup>1</sup>

Felipe Muller de CARVALHO<sup>2</sup>

Gabriela Porcel y GABRIEL<sup>3</sup>

Luiz Alfredo Malucelli NETO<sup>4</sup>

Roberta Bolliger AYOUB<sup>5</sup>

André TEZZA<sup>6</sup>

Universidade Positivo, Curitiba, PR

**Resumo:** Conforme pedido na disciplina de Comunicação e Cultura Digital do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Positivo, a fim de amenizar o problema da falta de leitura no Brasil e observando o crescimento da tecnologia, criamos uma campanha que procura integrar a leitura e o meio digital. A finalidade do projeto é convencer o público que o hábito de ler deixa uma pessoa mais interessante.

**Palavras-chave:** Tinder; leitura; interatividade; marketing digital.

### 1. INTRODUÇÃO

Em proposta da disciplina de Comunicação e Cultura Digital de unir o universo tecnológico e incentivar brasileiros a ler mais e ler livros longos, criamos uma campanha que integra duas marcas, cada uma sendo utilizada para alcançar os objetivos do brief.

O avanço da tecnologia permitiu inúmeras novas possibilidades dentro da publicidade. O relacionamento entre marcas e pessoas também se tornou muito mais presente. Neste projeto, realizamos uma possível parceria entre duas marcas, uma delas digital, o Tinder, e a outra a Cia das letras, para criar uma interação a mais entre elas e seu público trazendo consigo o marketing digital. Para Castells (1999), essas novas tecnologias podem ser aplicadas em todos os tipos de uso e obtemos assim, inovações tecnológicas e diversificação de fontes.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio expocom 2016, na categoria Publicidade e Propaganda, modalidade publicidade online e mídias digitais.

<sup>2</sup> Estudante do 4º ano de Publicidade e Propaganda, e-mail: [muller199@gmail.com](mailto:muller199@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 4º ano de Publicidade e Propaganda, e-mail: [gabilicante@hotmail.com](mailto:gabilicante@hotmail.com)

<sup>4</sup> Aluno líder e estudante do 4º ano de Publicidade e Propaganda, e-mail: [malucellilui@gmail.com](mailto:malucellilui@gmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 4º ano de Publicidade e Propaganda, e-mail: [robertabolliger@gmail.com](mailto:robertabolliger@gmail.com)

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: [atconsentino@gmail.com](mailto:atconsentino@gmail.com)

O conceito de rede, trabalhado por Manuel Castells, em seu livro “A sociedade em rede” de 1999, transcreve as novas formas de comunicação e a integração entre elas.

"redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio" (CASTELLS, 1999, p. 499).

Com isso, observamos os dados do crescimento do uso de smartphones no Brasil. O número no Brasil chegou a 76,1 milhões no terceiro trimestre de 2015, o que equivale a um crescimento de 48% em comparação com 2014 (Revista Valor, 2015). O número também supera o uso de computadores, de acordo com a revista Exame (2015).

Também vimos a questão social da falta de leitura juntamente com o alto crescimento de uso de smartphones no Brasil, como oportunidades para solucionar o problema. Decidimos entrar no universo dos usuários de smartphones para atingi-lo dentro de seu nicho.

Segundo pesquisa da Fecomércio-RJ realizada em 2014, “a leitura de livros caiu de 35% para quase 30% dos entrevistados sendo que 70% dos pesquisados não leram um único livro no ano de 2014”. (TELES, 2015).

O uso da internet, facilitado pelos smartphones é apontado na pesquisa como um dos responsáveis pela queda na leitura, principalmente entre os jovens e com isso decidimos nos aproveitar dessa integração eletrônica que está acontecendo no mundo. O conceito da cultura da virtualidade real, trabalhado por Manuel Castells, em seu livro “A sociedade em rede” de 1999, transcreve a integração da comunicação eletrônica.

“a integração de vários modos em uma rede interativa. Ou, em outras palavras, a formação de um hipertexto e uma metaligagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana. O espírito humano reúne suas dimensões em uma nova interação entre os dois lados do cérebro, máquinas e contextos sociais.” (CASTELLS, 1999, P.413)

## 2. OBJETIVO

A campanha foi criada com o objetivo de incentivar pessoas a ler mais livros. O desafio era fazer isso envolvendo o meio digital. O projeto envolvia a Cia das Letras, principal cliente da campanha, contava com a "ajuda" do aplicativo de relacionamentos, Tinder, para interagir com o usuário na plataforma. Assim, podemos mostrar que o livro pode ser uma boa companhia, e tornar uma pessoa mais interessante.

## 3. JUSTIFICATIVA

Os avanços tecnológicos cada vez mais presentes em nossa vida tem permitido uma grande abertura para marcas criarem interações com seus consumidores através do marketing digital. Este projeto tem foco em fazer os brasileiros lerem mais livros longos. Juntando o fenômeno digital, a campanha teria um incentivo a mais partindo de um aplicativo de relacionamentos que bateu o recorde de usuários logo no começo de 2016 no Brasil. “O aplicativo já é usado por 5% da população mundial e o Brasil é um dos mercados mais ativos e importantes para o negócio”. (CANALTECH, 2016). Nós acreditamos que a interação entre marcas e consumidores é imprescindível para sua fidelização e sucesso. Com o intuito de conectar pessoas a livros, o projeto juntaria esses dois universos em um só lugar, utilizando o marketing digital.

As novas formas de comunicação podem ser explicadas por Manuel Castells:

“Um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos.” (CASTELLS, 1999, p. 22).

Sendo assim, justificamos a relevância do projeto para ambas as marcas, seus consumidores e objetivo de campanha.

Também vimos a questão social da falta de leitura juntamente com o alto crescimento de uso de smartphones no Brasil (ambas situações explicadas na introdução), como oportunidades para solucionar o problema.

#### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a produção da campanha, utilizamos os softwares Adobe Photoshop CC e Adobe Illustrator CC. As fotos do aplicativo e dos autores foram tiradas do Google e adaptadas conforme necessário para cada peça. Utilizamos o conceito original da interface do Tinder, porém aplicamos um contexto diferente de acordo com a necessidade.

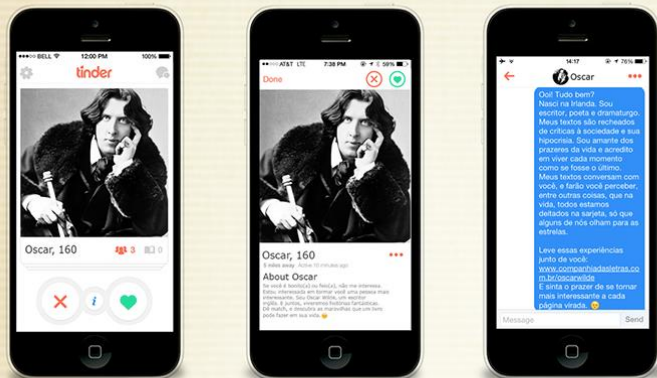
#### 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto/serviço consiste em juntar o aplicativo de relacionamentos, Tinder, com a companhia das letras, empresa de livros. Na campanha, o usuário do Tinder estaria usando o aplicativo de acordo com suas configurações e preferências, porém nesse caso, o usuário pode encontrar autores famosos de livros, com uma breve descrição sobre ele. O autor convida o usuário a curtir-lo, gerando um match automático, dando início assim, a um chat no próprio aplicativo. O chat conta brevemente quem ele é e sua história e disponibiliza um link que o redireciona ao site da Cia das Letras com produtos relacionados ao autor. Os exemplos do projeto foram usados com Clarice Lispector, Oscar Wilde, Vinicius de Moraes e Cecília Meireles. Um dos exemplos de texto que estaria na breve biografia do aplicativo é: “Se você é bonito (a) ou feio (a), não me interessa. Estou interessada em tornar você uma pessoa mais interessante. Sou Cecília Meireles, uma escritora brasileira. E juntos, viveremos histórias fantásticas. Dê match, e descubra as maravilhas que um livro pode fazer em sua vida. ;).”

Após a match, o chat iniciado diz: “Ooi! Tudo bem? Sou poeta e uma das primeiras vozes femininas de grande expressão na literatura brasileira. Ganhei vários prêmios com meus livros. Meus poemas trazem reflexões como a vida, o amor e o tempo. Minha poesia conversa com você, e farão você perceber, entre outras coisas, que a vida só é possível se reinventada. Leve essas experiências junto de você: [www.companhiadasletras.com.br/ceciliameireles](http://www.companhiadasletras.com.br/ceciliameireles) E sinta o prazer de se tornar uma pessoa mais interessante a cada página virada.

- Prancha

## LER UM LIVRO TE TORNA UMA PESSOA MAIS INTERESSANTE.

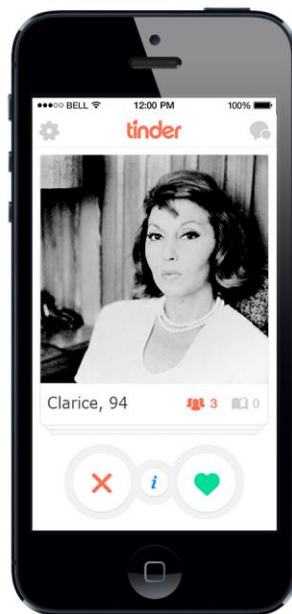
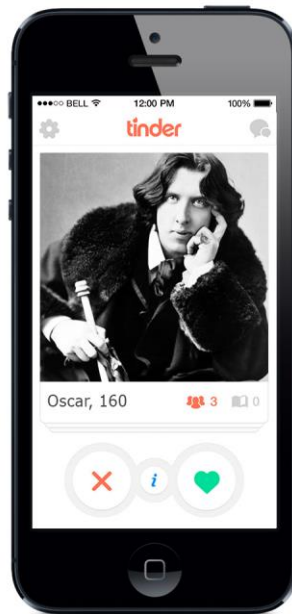


**1.** - CRIAREMOS PERFIS NO TINDER PARA ESCRITORES E POETAS CONSAGRADOS.

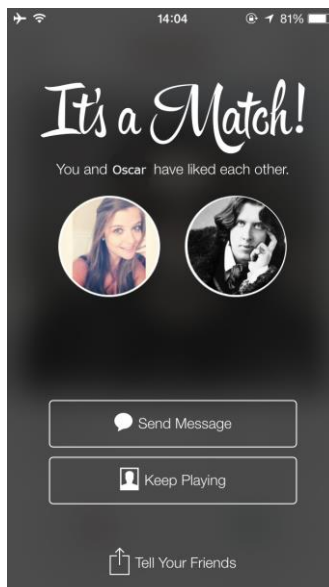
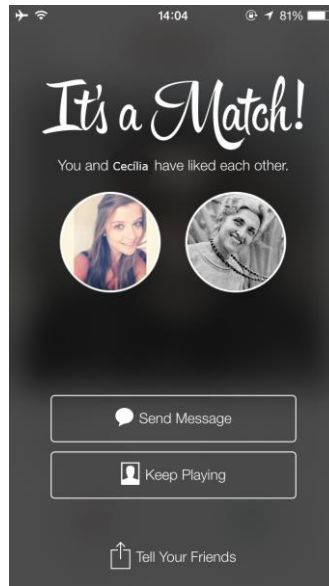
**2.** - CONVIDAREMOS OS USUÁRIOS A DAR MATCH COM O AUTOR JUNTO DE UM TEXTO QUE CONTA UMA BREVE HISTÓRIA SOBRE O TRABALHO DO ESCRITOR.

**3.** - APÓS O MATCH SER CONFIRMADO UM CHAT ABRE AUTOMATICAMENTE. E NELE ESTÁ UMA DESCRIÇÃO MAIS APROFUNDADA DO AUTOR E DO SEU TRABALHO. AO FINAL DO TEXTO, É APRESENTADO O LINK PARA A PÁGINA COMPRAS DE LIVROS DO ESCRITOR.

- Telas iniciais



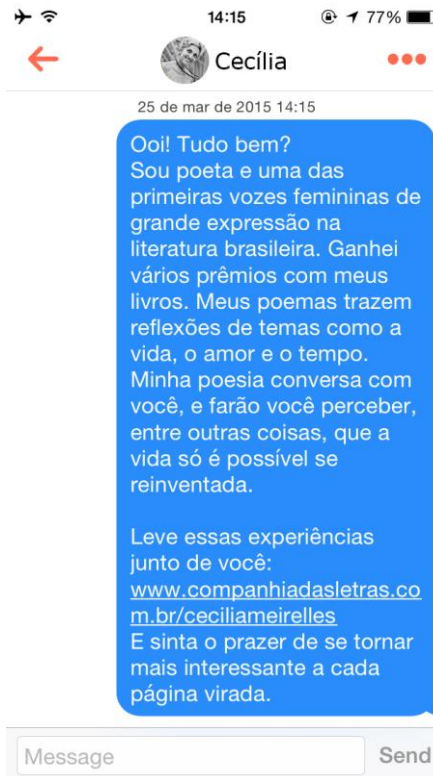
- Telas de match



- Telas de biografia



- Telas de chat





## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os brasileiros não têm o hábito da leitura, que está ficando cada vez mais enfraquecido devido a onda dos smartphones e seus aplicativos. A tecnologia se desenvolve mais a cada dia e lutar contra ela é ineficiente, por isso, a melhor maneira de incentivar as pessoas a lerem é fazendo parte desse desenvolvimento, para que assim, os livros possam estar na rotina das pessoas, assim como os smartphones estão.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRIGATTO, Gustavo. **Número de usuários de smartphones no Brasil cresce 48% no 3º trimestre** Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/4327844/numero-de-usuarios-de-smartphones-no-brasil-cresce-48-no-3-trimestre>> Acesso em 25 de nov. de 2015

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

**Interagindo com a Webcore** Disponível em: <[https://cdn.fsbx.com/hphotos-xft1/v/t59.2708-21/12503135\\_1147764115248322\\_1382864787\\_n.pdf/expocom.pdf?oh=7847f7c3a030389358010fe45aae8b8a&oe=57182185&dl=1](https://cdn.fsbx.com/hphotos-xft1/v/t59.2708-21/12503135_1147764115248322_1382864787_n.pdf/expocom.pdf?oh=7847f7c3a030389358010fe45aae8b8a&oe=57182185&dl=1)> Acesso em 2015.

EXAME. **Número de smartphones supera o de computadores no Brasil** Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/numero-de-smartphones-supera-o-de-computadores-no-brasil>> Acesso em 17 de abr. de 2015.

TELES, Lília **70% dos brasileiros não leram em 2014, diz pesquisa da Fecomercio-RJ** Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2015/04/70-dos-brasileiros-nao-leram-em-2014-diz-pesquisa-da-fecomercio-rj.html>> Acesso em 01 de abr. de 2015.

CANALTECH. **Tinder registra recorde no número de usuários ativos e downloads no Brasil** Disponível em: <<http://canaltech.com.br/noticia/apps/tinder-registra-recorde-no-numero-de-usuarios-ativos-e-downloads-no-brasil-55899/>> Acesso em 12 de jan. 2016