



Quiz eletrônico - MADA, Mergulhe! ¹

Bruno Pires GURGEL²
João Eduardo ARAÚJO³
Juliana Sarmento SANTANA⁴
Kariza Rochelle FERNANDES⁵
Rafaela Aparecida DANTAS⁶
Rayane Ramos AZEVEDO⁷
Renata Randala Soares de SOUSA⁸
Tainá Agra de CASTRO⁹
Universidade Potiguar - UnP , Natal, RN

RESUMO

Buscando a disseminação do conceito de festival de música, foi elaborado um Quiz eletrônico para a campanha institucional do Festival MADA, Isso sim é festival! Tal material, foi realizado através do projeto experimental de conclusão de curso da UnP – Universidade Potiguar, referente ao 8º período do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, com intuito de levar o conceito e reunir todas as informações sobre a campanha, além de criar um relacionamento com o público consumidor de maneira mais lúdica.

PALAVRAS-CHAVES: Festival; MADA; Publicidade; Quiz eletrônico.

1 INTRODUÇÃO

A agência experimental da UnP – Universidade Potiguar, Auê Comunica. desenvolveu em 2010 o Quiz eletrônico da campanha Isso sim é festival! para o cliente

¹ Trabalho submetido ao XII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Web Site.

² Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP, email: brunopgurgel@hotmail.com

³ Aluno líder do grupo e estudante do 8º Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UnP, email: eduardoaniceto@hotmail.com

⁴ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP, email: jussarmmento@hotmail.com

⁵ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP, email: karizafernandes@hotmail.com

⁶ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP, email: rafaeladantas@msn.com.br

⁷ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP, email: rayrda@hotmail.com

⁸ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP, email: renata_randala@hotmail.com

⁹ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP, email: taina.agra@hotmail.com



Festival MADA, que está há 12 anos no mercado potiguar, conhecido nacionalmente pela sua musicalidade e diversidade. Com o intuito de divulgar o conceito de um verdadeiro festival de música, o grupo teve o desafio de reeducar o público frequentador e aquele em potencial para compreender a grandiosidade e importância de um evento desse porte, testando seus conhecimentos através de um game interativo que recebeu versões para Facebook, Ipod, Iphone, no próprio Hotsite e em versão impressa nas bolachas de chopp divulgadas em bares parceiros do evento.

2 OBJETIVO

Conscientização, reeducação e mudança comportamental de ambos os públicos (frequentador e frequentador em potencial) a respeito do sentido de festival de música de maneira mais lúdica e divertida. Essa etapa é primordial para que as pessoas compreendam o que é e o diferencie de outros shows que ocorrem durante o ano na cidade, um dos problemas alertados pela pesquisa de mercado.

3 JUSTIFICATIVA

Desenvolver todas as técnicas de design gráfico, e conceito publicitário de campanha, através de conteúdos percorridos em sala de aula no progredir do curso, além de técnicas de análise de dados de pesquisa, planejamento estratégico, e planejamento de mídia, para por fim agregar valores a esta peça publicitária.

4. METODOS E TECNICAS UTILIZADAS

Primeiramente realizou-se uma pesquisa acerca do histórico do festival, programação e perfil do público alvo. Isso contribuiu para um melhor entendimento do cliente. Mas o que de fato norteou a criação da peça foram as informações obtidas através da pesquisa de mercado, aplicada na cidade do Natal/RN, onde acontece o festival.

Para criação da peça pensou-se em algo que antecesse o conceito posterior da segunda etapa de campanha: Mergulhe. Utilizou-se alguns elementos gráficos (vetores) que fazem referência ao fundo do mar e a própria logomarca recebeu o elemento água em sua composição, tipografia regular e moderna, cores vibrantes relacionadas às já



utilizadas na marca do cliente. Com um menu simples e bastante acessível, o usuário é incentivado a testar seus conhecimentos sobre festivais de música a fim de adquirir pontos para concorrer prêmios.

Todo o processo de elaboração e criação da campanha foi realizada nos *softwares* Adobe Illustrator e Adobe Photoshop CS5.

4.1 DEFINIÇÃO DO CONCEITO

Segundo o dicionário Houaiss, *mergulhar* significa: 1- fazer entrar, imergir parcial ou totalmente (alguma coisa) em (na água ou num líquido qualquer); 2 - afundar-se inteiramente em (água). Para nós que fazemos a AUÊ Comunica., é tudo isso e um pouco mais, é entregar-se inteiramente a uma atividade, seja ela qual for.

Dizem que mergulhar faz bem, acalma a mente e rejuvenesce a alma. Ora, numa cidade litorânea como Natal, Rio Grande do Norte, o mar sempre se fez presente e foi cenário de muitas histórias e acontecimentos.

O MADA é um festival de música, que transcende a alma, alimentando-a. Um festival musical que acontece a poucos metros... do mar. Visando unir o conceito de viver e experimentar o MADA, a agência sugere uma campanha de incentivo à imersão do público na atmosfera multicultural do evento. Para vivê-lo no sentido amplo da palavra é preciso mergulhar “de cabeça” (sob permissão dos ditos populares) em tudo que completa o Música Alimento da Alma.

Quando as pessoas mergulham no mar elas estão susceptíveis a aceitar mudanças de ondas e imergem em um ambiente com quase nenhum ruído. Ironicamente, ao mergulhar no MADA, o público entra em contato com uma mistura de sons interminável.

Nas duas noites, um mar de gente frequenta o festival. Levam um pouco de si e voltam com um muito de tudo. É um mergulho diário, pragmático, fundamental para a evolução de todo e qualquer ser humano.

FESTIVAL MADA, MERGULHE.

4.2 Mídia: Quiz para facebook

O Quiz para facebook é uma mídia bastante importante para essa etapa. Onde o usuário tem acesso a diversas informações sobre festivais de música, de maneira que agregamos conhecimento e diversão em uma mesma peça.

Priorizou-se por textos claros, curtos e objetivos, adequados para a internet, um território onde a quantidade de informação é posto como patamar principal. O menu é bastante claro e acessível.

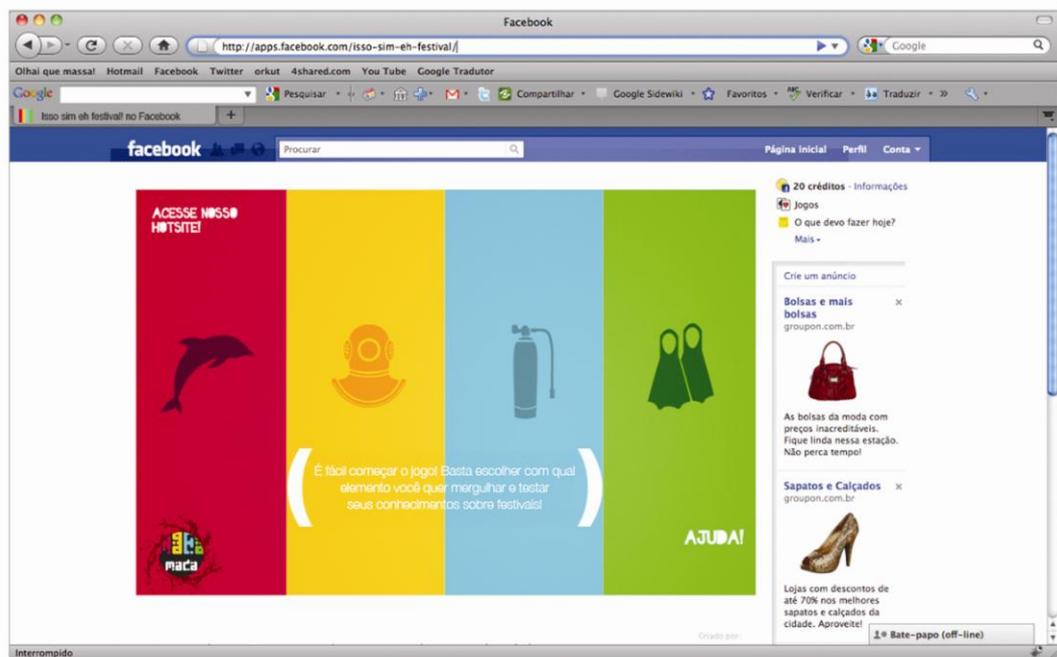


Figura 1: Quiz para facebook/página principal – Campanha Isso sim é festival!



QUIZFACEBOOK

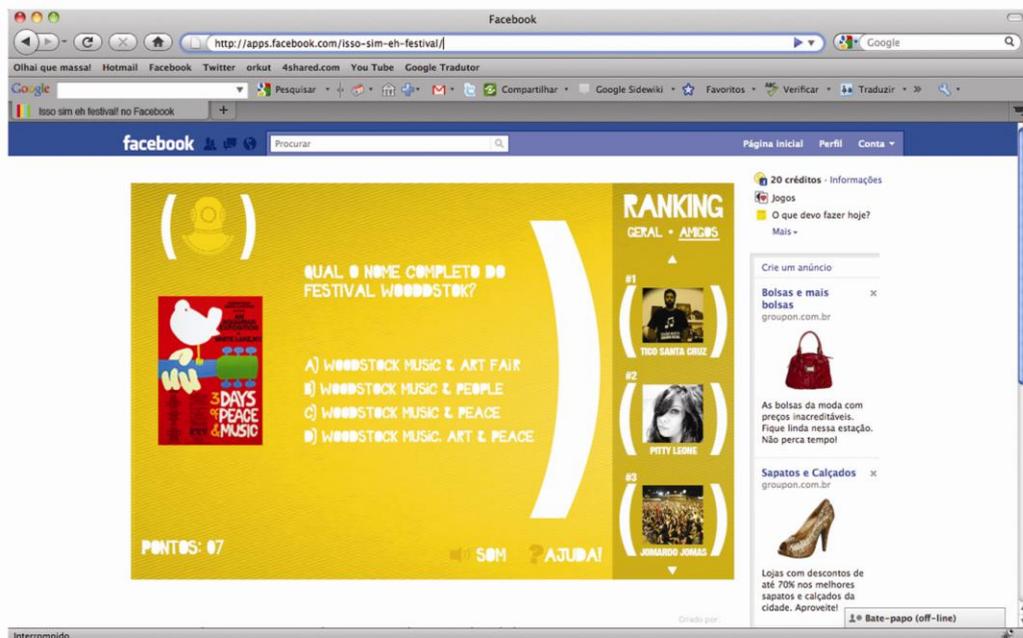


Figura 2: Quiz para facebook/página secundária – Campanha Isso sim é festival!

CONSIDERAÇÕES

Para a criação do Quiz eletrônico, buscou-se atrelar uma série de elementos para potencializar a comunicação e expressar de forma criativa e divertida o conceito de festival de música.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JACOBIMINO Ana Marly. Woodstock – o festival que fez história. Piracicaba. Disponível em: <http://agendaculturalpiracicabana.blogspot.com/2009/08/jorge-amado-hilda-hilst-e-aracy-ferrari.html>, acesso em 15 de abr de 2010.

GADE, CHRISTIANE. Psicologia do Consumidor. São Paulo: EPU, 1980.

MAHLER Jane Gaston, WINGERT Paul S, UPJOHN Everard M. História Mundial da Arte I, renovada. 1974 by Livraria Bertrand, S. A. R. L., Lisboa, para a língua portuguesa.

DE MARCHI, Leonardo. Indústria fonográfica e a Nova Produção Independente: o futuro da música brasileira?. Disponível em



<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/view/5200/4828>>. Revista Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo: vol. 3 n. 7 j u l. 2006 Acesso em 21 de nov. 2010.

RESENDE, Lino. **As idéias que mudaram o mundo**. Disponível em: (<http://linoresende.jor.br/as-ideias-que-mudaram-o-mundo>), acesso em 08 de jul de 2010.

ROCHA, Angela. **Marketing**. 2.ed.São Paulo: Atlas S.A., 1999.

SKACEL, ROBERT. **Plano de Marketing**. São Paulo: Nobel, 1992.

VAZ, Gil Nuno. **História da música independente**. Editora Brasiliense S.A., São Paulo, 1988.

VINIL, Kid. **Almanaque do Rock**. Ediouro, São Paulo, 2008. Disponível em:

(<http://www.freewebs.com/wordcitizen22/PartyTime>), acesso em 06, jul, 2010.

Woodstock – Onde Tudo Começou e "Woodstock - 3 Days of Peace & Music. Michael Wadleigh; nome do produtor, outros participantes se houve, Nova York (local de lançamento?), Warner, 2009, DVD, Elementos complementares (sonorização, colorido ou pretp-e-branco etc).