EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00315
INSTITUIÇÃO	Centro Universitário Internacional
CAMPUS	Tiradentes
CIDADE	Curitiba
UF	PR
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP07
TÍTULO	Coca-Cola com dogão - Releitura
ESTUDANTE-LÍDER	Nicole Renata Nunes
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Allysson Freire Paiva (Centro Universitário Internacional Uninter); Cleverton Diego Marques (Centro Universitário Internacional Uninter); André Luiz Delgado Corradini (Centro Universitário Internacional UNINTER)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

Esse vídeo foi realizado para um trabalho de comunicação audiovisual, do Centro Universitário Internacional Uninter no curso de Publicidade e Propaganda. Foi requisitada uma releitura de uma peça de 30 segundos, com os objetivos de preparar os alunos para à prática de audiovisual, auxiliando-os desde a seleção da peça concepção da ideia, planejamento, redação, produção, gravação, edição e finalização. De acordo com a proposta, foi escolhida a propaganda "Pipoca com Guaraná" de 1991, uma campanha de grande sucesso no Brasil. Para isso, na releitura o grupo propôs a marca Coca-Cola substituindo o Guaraná e o hot-dog a pipoca, alimentos que se fazem presentes nos hábitos dos brasileiros. Ademais, é realizada também uma atualização no jingle com batidas que remetem a ritmos que têm sucesso contemporaneamente, como o funk em trilha produzida e gravada pela equipe. Entendendo a mudança dos costumes de consumo ao longo dos anos, a escolha da Coca-Cola se deu pela força da marca que é tão popular, junto com o hot-dog que "é um dos sanduiches mais famosos no Brasil'' de acordo com a Revista Exame (https://exame.com/estilo-de-vida/9-sanduiches-muito-famosos-no-brasil-e-no-mundo/) presentes nas grandes cidades através de redes e fast foods encontrados nos principais pontos de circulação. O objetivo é que o target se identifique com a peça, percebendo que o hot-dog, assim como a pipoca, é simples e rápido de fazer. Por isso, a letra mostra todo o processo, desde a preparação com a escolha dos alimentos, a lavagem, a forma de picar a cebola e o tomate, o cozimento do alimento até a composição com o pão e o restante dos ingredientes. Exibindo também o lado da Coca-Cola, desde a retirada da geladeira, sendo colocada no copo até bebendo.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

As pesquisas realizadas para a criação da releitura, se iniciaram a partir de um estudo da propaganda original da Pipoca com Guaraná, criada em 1991 pela agência DM9DDB e produzida pela MCR, sendo considerada até hoje um dos cases de maior sucesso no Brasil. A campanha conquistou vários prêmios nacionais como a Lâmpada de Ouro na décima terceira edição do Festival Brasileiro do Filme Publicitário onde acabou sendo escolhida como um dos "7 mais" da publicidade brasileira em uma pesquisa realizada pela revista ABOUT (2003). A eleição contou com 250 formadores de opinião da publicidade brasileira. A peça foi tão marcante que além da versão criada em 1991, esta foi reeditada algumas vezes: em 2008 com o cantor Carlinhos Brown, no ano de 2011 com a cantora Claudia Leite e em 2020 com a cantora e finalista do reality show Big Brother Brasil, Manu Gavassi. O Jingle criou um hábito de combinação de bebida e comida na hora livre do brasileiro em frente à TV, que se mantém em muitas residências até hoje. Entendendo o sucesso desta campanha, optou-se por realizar a releitura da propaganda e do jingle com outra grande combinação de bebida e comida que é a Coca-Cola, com o hot-dog (dogão). Para isso, foi realizado um estudo sobre o consumo de Coca-Cola, que apesar de não ser um refrigerante nacional como o guaraná antártica, "é de longe o refrigerante mais consumido no Brasil e no mundo, sendo uma das marcas mais fortes já existentes" segundo UOL (2019) e Estadão (2014), (https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/05/16/estudo-revela-as-marcas-mais-escolhidas-do-mundo-coca-cola-lidera.htm e http://publicacoes.estadao.com.br/marcasmais2017/categorias/refrigerantes/). Já o hot-dog começou a se popularizar

no Brasil por volta de 1926, quando o empresário Francisco Serrador, que idealizou a famosa Cinelândia, no Centro da cidade do Rio de Janeiro, lançou o cachorro-quente em seus cinemas. E a partir de 1945, depois da Segunda Guerra Mundial, quando o Brasil passou a sofrer grande influência da cultura americana, o cachorro-quente conquistou definitivamente espaço no país, tendo sua receita modificada nas diversas regiões, mas sempre mantendo os ingredientes principais que são o pão e a salsicha, (História da alimentação no Brasil: Cozinha brasileira - Página 737). A combinação de Coca-Cola com hot-dog é tão famosa que a Coca-Cola criou um produto chamado Coca-Cola® Hot-Dog Steamer que se trata de um vaporizador para a salsicha onde é possível fazer até 24 cachorros-quentes em apenas 15 minutos. O produto "Coca-Cola Hot-Dog Steamer" pode ser encontrado para compra na Amazon.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Para a gravação da releitura, foi escolhida uma cozinha com o ambiente espaçoso e com uma boa iluminação, já que a ideia era utilizar luz natural para que o vídeo ficasse simples e espontâneo. As imagens foram captadas por duas câmeras Canon t6, sendo uma utilizada com um tripé, para imagens estáticas e com foco nos detalhes. A gravação foi feita com o objetivo de intercalar entre takes do hot-dog e da Coca-Cola. Foram feitos alguns takes em que mostram um copo com gelo e partes da garrafa da Coca-Cola, em plano close-up com movimentos de travelling e tilt. Na sequência foi gravado o preparo dos ingredientes para o molho. No Próximo Take, aparece a Coca-Cola, e a mistura dos ingredientes na panela. Foi dada ênfase nas gotículas de água descendo pela garrafa, acompanhadas pela trilha musical que teve sua virada ao som da batida do funk. A releitura se encaminhou para a parte final, onde foi registrado o molho ficando pronto, e a Coca-Cola sendo colocada no copo. Foi feito um take da Coca-Cola, acompanhando a batida da música e intercalando com uma cena do hot-dog sendo preparado. As últimas cenas foram concluídas com uma pessoa experimentando o hot-dog, encerrando com um efeito de desfoque seguido com a assinatura da Coca-Cola com o slogan. A edição do vídeo foi realizada no Adobe Premiere Pro 2020, e a assinatura da Coca-Cola recriada no Adobe After Efects. A primeira parte da produção foi a releitura da letra. Foi pensado em algo semelhante a todos os pontos do jingle original, de 1991, pontos como; rima, tempo, falas e ritmo. Decidiu-se também dar ênfase nas partes onde tem mais evidências dos produtos, como por exemplo: na primeira estrofe que diz – Pipoca na panela, foi colocada na releitura -Tá tudo preparado, para dar referência a primeira estrofe do jingle original. Dando exemplo a primeira frase da segunda estrofe que diz – Pipoca e Guaraná no jingle original e para dar referência a essa frase foi inclusa – Vai ter que dar um gás, com o termo "gás" trazendo a lembrança da Coca-Cola. Foi feito uma rede semântica com as palavras Coca-Cola e Dogão para encontrar termos que rimassem, mas também fizessem parte da combinação. Sendo assim, optou-se pelas palavras Sensação e Emoção para lembrar a sensação de tomar Coca-Cola com a emoção de comer aquele dogão em casa. Abaixo se encontram as duas versões da letra. PIPOCA E GUARANÁ (Jingle, 1991) Pipoca na panela Começa a arrebentar Pipoca com sal Que sede que dá Pipoca e guaraná Que programa legal Só eu e você E sem peruá! Que tal? Quero ver pipoca pular (pipoca com guaraná) Eu quero ver pipoca pular (pipoca com guaraná) Quero ver pipoca pular, pular Soy loca por pipoca e guaraná Ah, ah, Guaraná! COCA COM DOGÃO (Releitura) Tá tudo preparado Sinto até emoção Vamos começar Essa combinação Vai ter que dar um gás Preparando o dogão Pego a Coca - Cola E você pega o pão! Que tal? Eu quero sentir a sensação (bebe coca com dogão) Eu quero sentir a sensação (bebe coca com dogão) Se você quer sentir a sensação e emoção Combina Coca-Cola com dogão Coca, com dogão! Na sequência, foi feito o solfejo da melodia da música e das palmas. A versão original da música, tem como base somente palmas e vozes, e optou-se por manter essa característica. Desta forma, as vozes e palmas foram gravadas separadamente. O vocal cantado também foi capturado, analisando a letra e fazendo os encaixes e as rimas no tempo certo. A terceira parte foi a criação dos efeitos de voz e a conversão para o funk como um remix. Apesar de manter a característica do solfejo, a equipe adicionou um trecho de trilha ao jingle, visando atualizar sua concepção. No funk foram usados instrumentos digitais como bumbo grave e percussão com o pitch. Assim, toda a produção foi feita sem instrumentos musicais, com exceção da batida do funk que tem instrumentos digitais. Os equipamentos utilizados para a gravação foram microfone B100 e Shure Sm 58 no home Studio.