

## EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

<b>INSCRIÇÃO</b>	00545
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Universidade Católica de Pernambuco
<b>CAMPUS</b>	Boa Vista
<b>CIDADE</b>	Recife
<b>UF</b>	PE
<b>CATEGORIA</b>	PP
<b>MODALIDADE</b>	PP05
<b>TÍTULO</b>	Cacau Show
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Maria Cecília Marinho Luna
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Publicidade e Propaganda
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Gabriele Rocha Macedo Coutinho (Universidade Católica de Pernambuco); Elisa de Araújo Barreto Neta (Universidade Católica de Pernambuco)

### DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O presente trabalho discorre sobre o processo de criação de um Jingle, para o cliente Cacau Show, apresentando a linha La Creme. Como trata-se de um meio radiofônico, buscou-se explorar a sensorialidade do ouvinte, trazendo uma imersão na experiência de saborear o chocolate. O trabalho iniciou-se com o desafio de elaborar uma peça para ser veiculado no meio rádio, para uma loja de chocolates finos. Sendo o produto um artigo de muito apelo sinestésico que mistura odor, visual e sabor, foi desenvolvido um layout que pudesse criar um estímulo à imaginação, que trouxesse pela melodia e texto, o gosto e o prazer de saborear o chocolate. O cliente Cacau Show, é conhecido por produzir chocolate como presente e forma de demonstrar afeto. A história da empresa, tem início na Páscoa de 1988, quando seu fundador, Alexandre Costa, com então 17 anos de idade, resolveu revender ovos de chocolate. Comprou a matéria prima e contratou uma funcionária para ajudá-lo na produção de chocolates caseiros, com o propósito de atender à solicitação de uma cliente, prospectada por ele. Atualmente, a Cacau Show está presente em quase todos os estados brasileiros e conta com mais de duas mil lojas distribuídas em mais de mil municípios em todo o país, tornando-se uma das maiores empresas de chocolate do mundo, faturando mais de um bilhão de reais[E1] por ano (SUA FRANQUIA (SP). A trajetória de Alexandre Costa, fundador da Cacau Show, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/35eGoSb> . Acesso em: 20 out. 2019). Para gerar esse ambiente de pura imaginação, que é característico do rádio, a peça desenvolvida foi um jingle, que segundo Barbosa (2009) é um anúncio cantado, normalmente de melodia simples ou conhecida, que tenta fixar a marca ou produto na memória do ouvinte. Esses pontos acima apresentados, são cruciais para a imersão do ouvinte, principalmente para mostrar a personalidade afetiva da marca além de pontuar, de forma mais lúdica, o que o produto tem a oferecer, essa ludicidade termina por ser um diferencial em peças mercadológicas como essa apresentada (BARBOSA, André Filho. Gêneros Radiofônicos: Os formatos e os programas em áudio. 2. Ed. São Paulo: Paulinas, 2009). O trabalho em questão mostra o processo de criação e produção do jingle publicitário sobre a linha La Creme da Cacau Show. Despertar o interesse tanto de possíveis clientes quanto dos que já usufruem da marca, criando uma percepção da linha La Creme como um produto não apenas repleto de sabor, mas "responsável" por uma experiência de descoberta, protagonismo, possibilitando uma infinidade de aventuras sinestésicas ao comer o chocolate.

### DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

O chocolate está entre os alimentos mais apreciados do mundo, fornecendo energia, melhorando o humor e diminuindo o estresse. De acordo com a ABICAB, Associação Brasileira das Indústrias de Chocolate, (2019) o Brasil está entre os seis países que lideram o volume de vendas no varejo, além de ser o quarto maior consumidor de chocolate do mundo, chegando ao consumo anual de 2,6 kg de chocolate por habitante (ABICAB (SP). Chocolate: Mercado 2019. In: ABICAB (SP). Chocolate: Mercado 2019. [S. l.], 2019. Disponível em: <http://www.abicab.org.br/paginas/chocolate/mercado-2019/>. Acesso em: 19 out. 2019). Segundo o SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (2017), o mercado de chocolate gourmet vem crescendo até três vezes mais que o mercado de chocolate tradicional, com consumo de 2,2 kg de chocolate por pessoa ao ano, quando há três anos atrás, era de 1,65 kg. Considerando o amplo mercado de chocolates gourmet existente no país, foi necessário o estudo da marca e seus concorrentes,

de acordo com Armando Sant'Anna (2009, p. 39) "é necessário investigar o emprego do produto e empresa, suas vantagens e desvantagens, além de comparar com o concorrente e entender quais os argumentos mais convincentes à persuasão do público para que se possa comunicar e conquistar esse público, gerando a venda." (SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria e técnica. São Paulo: Pioneira, 2009[E2]). A forma com que se aborda esse público e expressa as informações colhidas é que funciona como diferencial na hora de encantar e persuadir esse consumidor. Para Sant'Anna "dizer as coisas certas não basta. É preciso dizê-las de forma que possam ser sentidas (...). A mera catalogação ou gritaria histórica sobre as vantagens de seu produto, entretanto, não é a resposta" (SANT'ANNA, 1989 p.161) (SANT'ANNA, Armando. Propaganda, teoria, técnica e prática. 4. ed. São Paulo. Pioneira, 1989). Diante do exposto, foi utilizada uma abordagem imersiva e lúdica, usando de elementos subjetivos da experiência de comer o chocolate da linha La Creme, descrevendo ações, como morder e saborear o chocolate, proporcionando, assim, sensações causadas pelo produto, como alegria. O meio rádio em que o jingle circula, é um suporte de veiculação que possibilita exatamente a abordagem imaginativa desejada, pois "quem escuta rádio experimenta a real sensação de que as mensagens estão dirigidas particularmente para si. Às vezes adquirem um valor confidencial que habita em âmbito de intimidade entre emissor e receptor" (DIDO; BARBERES, 2008, p.52). A partir de um trabalho acadêmico, da disciplina Produção de Rádio do curso de Publicidade e Propaganda da Unicap, os alunos do quinto período foram incumbidos, pela professora da cadeira, a elaborar um material publicitário para um produto/empresa de livre escolha. O grupo optou por criar um jingle para a Cacau Show, focando em uma de suas linhas de chocolates, a La Creme. Foi utilizado como principal objeto de pesquisa, livros da área de publicidade e propaganda, redes sociais e site da empresa. Com o cliente e o briefing definidos, a equipe partiu para a etapa do brainstorm. Durante as pesquisas, descobriu-se que a Cacau Show fazia a comunicação com os seus produtos como proporcionadores de momentos, experiências, formas de simbolizar carinho por meio de um presente. Esses fatores foram primordiais na criação da peça, pois apresentando-os conseguimos descrever a sensação dos produtos La Creme para os ouvintes e clientes em potencial. O jingle foi inteiramente gravado e mixado no laboratório de áudio da Universidade Católica de Pernambuco, contando com a participação do técnico do laboratório. Para isso, foram utilizados em sua produção o software Pro Tools 9.0, microfone Behringer B2 Pro e um violão Yamaha Silent.

### **DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:**

O produto trata-se de um Jingle para rádio de caráter mercadológico. Para esse tipo de peça usualmente utiliza-se de quatro quartos do minutos, sendo as divisões 15, 30, 45 ou 60. O anúncio, objeto deste paper foi produzido no tempo considerado médio para jingle, com 30 segundos (VIANNA, Graziela Valadares Gomes de Mello. Jingles e Spots: a moda nas ondas do rádio. Belo Horizonte: Newton Paiva, 2004. P. 196). A peça dispõe de uma locução mista, com as presenças de uma voz masculina na maior parte da composição, e ao final do texto uma voz feminina. A ideia é apresentar um jingle em tom animado, que inicialmente cita as descobertas possíveis com apenas uma mordida em um chocolate La Creme e encerra afirmando que o momento fica especial e inigualável com Cacau Show. A trilha traz um violão acústico leve e empolgante, condizente com o clima animado e acolhedor relacionado a sensação de provar um chocolate. A música é autoral e foi composta especialmente com o intuito de proporcionar uma agradável experiência a seus ouvintes, graças aos aspectos sensível, tranquilizador e intimista, que são promovidos por uma performance acústica. Ao unir duas vozes em algumas partes da composição, o jingle busca enfatizar certas particularidades especiais do produto em questão, além de valores tratados pela própria Cacau Show. A peça é finalizada com um tom um pouco mais suave do violão junto com a assinatura oficial do cliente, sendo narrada por uma voz feminina. O trabalho realizado possibilitou um entendimento de formas alternativas de como fazer anúncios e vender produtos ou abordar o institucional de uma marca. Tendo como cliente uma empresa estável no mercado com um amplo leque de oportunidades criativas, trouxe uma diversidade de alternativas para atingir o público alvo de forma eficaz por meio de uma mídia presente fortemente na indústria. Com uso de estímulos não visuais em meio a um mercado que se utiliza majoritariamente do apelo visual para a venda, a atividade veio como um desafio com o intuito de lidar com a publicidade utilizando composições de trilhas sonoras. Além de abrir a possibilidade de sensações, buscou-se promover mais valorização ao meio rádio. Com isso, foi possível observar que a peça, enquanto formato de jingle, é muito versátil e adaptável mesmo dentro de um contexto em que o ato de ouvir o rádio se transformou em uma atividade posta em segundo plano, além de ter uma boa amplitude geográfica e alcançar uma diversidade de público.