

A Peleja de Um Cangaceiro Que Terminou em Tapioca¹

Danillo Teixeira da SILVA²
Emerson Rafael de Lima SANTANA³
Giovana Ially PEREIRA⁴
Jessica Milena de SOUZA⁵
Nathália Lissa BATISTA⁶
Reinaldo Francisco TERTO⁷
Marcelo GOULART⁸
Thiago GARCIA⁹

Universidade Potiguar, Natal, RN.

RESUMO

As iguarias da cultura nordestina muitas vezes são valorizadas mais fora da região, do que por pessoas que a vivenciam todos os dias, e a ideia principal da animação “A peleja de um cangaceiro que terminou em tapioca” é mostrar que uma carioca de identidade, se tornou natalense de coração ao conhecer um produto típico da região, pelo qual se apaixonou e quis passar para seus clientes, de forma estilizada, o valor que tem essa cultura e através da comida típica, conquistando seus clientes essencialmente pelo paladar e criatividade com o sabor de suas tapiocas.

PALAVRAS CHAVES: Ficção em Vídeo; Casa de Taipa; Tapioca; Cangaceiro; Peleja.

1 INTRODUÇÃO

O restaurante Casa de Taipa Tapiocaria foi o primeiro no Brasil a ser considerado uma tapiocaria, pensando em toda essa tradição e qualidade foi criado o slogan "A melhor tapioca do Brasil", todas as peças foram desenvolvidas baseadas neste conceito. Para o planejamento de campanha foi levado em consideração a falha de comunicação existente, ou seja, quase não

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Ficção em vídeo.

² Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: dillo.tenorio@gmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: hemersonrafael@hotmail.com

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: gioavannaially@gmail.com

⁵ Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: milena.jm@hotmail.com

⁶ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: nathalialissa@gmail.com

⁷ Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: rei.designer1@hotmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: marcelo.araujo@unp.br

⁹ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: thiago.garcia@unp.br

havia publicidade ou interação com o consumidor e pensando em uma solução mais rápida, eficaz e viável financeiramente, a internet, o rádio e abrigos de ônibus foram os veículos de mídia escolhidos.

Para a internet foi criada a animação que apresenta toda a narrativa transmídia, conta a história de um bando de cangaceiros que viaja pelo sertão nordestino e em uma pausa ouvem falar da Casa de Taipa Tapiocaria em uma matéria que passava na televisão falando sobre o "Dia do nordestino", curiosos e afrontados decidiram ir em busca desse lugar, então começa "A peleja de um cangaceiro que terminou em tapioca", título dado a animação.

Se a inovação no preparo da iguaria a princípio incomodou o bando acostumados a comer a tradicional tapioca com manteiga e/ou coco, a letra do jingle produzido para veiculação nas principais rádios da cidade, traz os cangaceiros aprovando a experiência e convidando o público a provar também.

Através da realização do projeto transmídia as informações são inseridas em múltiplas plataformas de comunicação, através de uma convergência midiática, através de uma narrativa/*storytelling* com objetivo de transmitir uma mensagem ao público. Conforme aponta Jenkins (2011), a narrativa transmídia, conhecida como *storytelling* são partes de uma história divididas por meio de múltiplas plataformas de mídia, onde cada componente da narrativa tem seus canais definidos e contam a história do começo passando pelo meio, até o fim, de forma que seja compreendido o todo, mesmo que se tenha acesso apenas a uma dessas peças.

De acordo com Ricciotti (2009), com o propósito de garantir efeitos positivos do objetivo pretendido, que é consolidar uma marca, serviço ou produto no mercado, a comunicação integrada entra como um dos fatores importantes para essa contribuição, pois, tem por intuito unir esforços para criar um conceito único e atingir o consumidor de maneiras diferentes, como por exemplo, através de mídias off-line ou online. Assim, transmídia e a comunicação integrada, mantêm uma relação importante para construção do valor de uma marca, produto ou serviço a ser alcançada.

2 OBJETIVO

O objetivo da *storytelling* criada é levar até o público a proposta existente no restaurante Casa de Taipa Tapiocaria, a paixão pela cultura nordestina. Sentimento que precisa ser valorizado e divulgado para que mais pessoas tenham a oportunidade de reconhecer e valorizar a cultura regional e relacionar essa identificação com a Casa de Taipa, e que se sintam motivados também a ir apreciar sua especialidade, a tapioca.

Dessa forma a marca da tapiocaria, será capaz de despertar no público alvo a percepção desejada, através dessa narrativa, tornando a empresa ainda mais conhecida e sendo lembrada como a melhor opção para o cliente/sociedade, mas primeiro é importante iniciar a busca por informações de dados novos e consistentes a respeito da história, características do produto, a percepção do público, tendências entre outras possibilidades de ideias.

3 JUSTIFICATIVA

A proposta é fazer com que o público que acompanhe toda a campanha participe desse mundo nordestino que a Casa oferece e/ou conheça não só as melhores iguarias da cultura nordestina, como passe a valorizar e conhecer um pouco da história do sertão.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Após o processo de criação, roteirização e elaboração do *historyboard*, foram feitas todas ilustrações em folha e papel, logo após foram escaneadas, coloridas e ajustadas para o formato de enquadramento de vídeo 1080P no Photoshop, em seguidas todas as cenas foram vetorizadas no *Illustrator* tendo cada elemento separado para serem animados no *After Effects* e finalizado na *Adobe Premiere*. A Locução seguiu atentamente o roteiro e foi gravado no estúdio de rádio da universidade potiguar.

O amor de Dunia pela cultura e culinária nordestina a fez deixar sua cidade de origem para vir morar em Natal, se tornou proprietária de uma empresa no ramo alimentício, sendo a tapioca seu prato principal. Não imaginava que encontraria em Natal seu destino, esse exercido com muito carinho, dando a nossa tradição muito valor. Com base em sua história utilizamos não só o desejo da proprietária em se tornar reconhecida, mas também agregamos valor ao seu produto, a partir daí a ideia surgiu, o slogan é: “A melhor tapioca do Brasil.”

A campanha tem duração de seis (6) meses, iniciando em fevereiro e finalizando em julho. Essas ações têm como objetivo atrair a atenção do público e podem ser entendidas separadamente, mas a maioria está integrada a narrativa principal que nesse caso é contada na animação “A peleja de um cangaceiro que terminou em tapioca”.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O processo para criação da web serie “A Peleja do Cangaceiro que Terminou em Tapioca”, se deu a partir de um *brainstorm* entre os integrantes da agencia NUCC, após decidido o *plot* da história, elaboramos todo o roteiro e *story-board* e partimos para uma pesquisa de referências estéticas nordestinas, que resultou nos temas “cordel” e “xilogravura” que se tornou a nossa base estética para a animação.

A *web* serie foi dividida em 3 partes; 1- início: Chico Cabeludo, 2- meio: chegada a Cidade e 3- fim: a melhor tapioca do Brasil. Cada capítulo terá aproximadamente de 1 a 2 minutos de duração. projeto tem como conceito principal mostrar o sentimento de Dunia pela cultura nordestina e assim poder contar que foi através desse amor que ela reinventou a forma de fazer tapioca, porém sem perder sua originalidade. E hoje tem a expectativa de ser reconhecida pelo público, como a melhor tapioca do Brasil.

- **Narrativa Transmídia**

O projeto tem como conceito principal mostrar o sentimento de Dunia pela cultura nordestina e assim poder contar que foi através desse amor que ela reinventou a forma de fazer tapioca, porém sem perder sua originalidade. E hoje tem a expectativa de ser reconhecida pelo público, como a melhor tapioca do Brasil.

- **Highconcept**

A “peleja” de um cangaceiro pernambucano, apaixonado pela tapioca tradicional que se sentiu afrontado por uma mulher ao saber que poderia existir, em outro lugar, a melhor tapioca do Brasil.

- **Plot**

Chico Cabeludo era o capitão de um bando de cangaceiros que perambulavam no sertão pernambucano. Em uma de suas andanças pela região, pararam em uma “bodega” para comemorar o seu aniversário que por coincidência era no dia do Nordeste. Durante a festança, Chico descobre através de um rádio televisor que em uma tapiocaria de Natal/RN tem a melhor tapioca do Brasil. Irritado ele inicia uma viagem para descobrir mais sobre esse lugar.

Atravessando parte do Nordeste, o bando passa por dificuldades, Chico é abandonado pelos outros, mas segue a viagem. Aos trancos e barrancos Cabeludo consegue chegar à capital,

encontra seu destino, onde confronta a dona do estabelecimento, após a afronta, ele finalmente prova da tapioca de Gracinha, isso o fez lembrar-se de quando era criança, e de sua mãe que preparava a iguaria com muito carinho. Então, Chico percebe que a intenção da mulher não era modificar a tradição, mas sim, tornar o alimento ainda mais completo e gostoso.

- **Descrição dos personagens**

Chico cabeludo: Descendente de uma família pernambucana de cangaceiros que eram assustadores, ele não concordava com as atitudes do bando em que cresceu, isso fazia Chico ter vontade de montar seu próprio bando, um que fosse diferente. Chico sempre foi homem ignorante, que nunca conheceu o amor, mas desde pequeno tinha uma paixão pela tapioca, principalmente a que sua mãe fazia. Ele era simples, um homem magro, porém forte, barbudo e cabeludo, usava chinelos, levava sempre consigo uma peixeira, uma arma e seu cavalo. Se tinha uma coisa que Chico não gostava era que alguém discordasse dele, era opinioso, teimoso, e o que ele mais gostava era de comer. Temia tudo que fosse novo, estava acostumado com a vida que levava e dela não abriria mão por nada, ao menos até conhecer Gracinha.

Daminhão: Nascido no interior de Pernambuco, ele tinha muita vontade de fazer parte de algo diferente, veio de uma família pobre e humilde. Conheceu Chico nas andanças da vida, virou um amigo fiel e entrou para o bando porque o admirava. Daminhão era magro, usava óculos, talvez o mais inteligente daquele grupo, e sempre fiel a Chico, também andava armado. Era muito curioso, sempre queria saber sobre plantas, bichos e coisas do mundo em que viviam.

Toin: Cresceu no meio do mato, e morava só com sua mãe, quando ela morreu ele começou a andar sozinho pelo meio do mundo, e assim chegou a Pernambuco, onde conheceu aqueles cangaceiros. Logo se aproximou de Bilisca e após virarem amigos ele entrou para o bando. Toin era determinado, astucioso, não temia nada, andava sempre com um chapéu, um colete e adorava atirar. Ele era alto e forte, tinha uns traços grosseiros, era o único negro dali e se orgulhava disso.

Bilisca: Uma mulher diferente de todas as outras, não se apaixonava por homem nenhum, mas queria todos. Talvez fosse mais bruta que eles. Conheceu o bando quando passavam pela cidade dela e resolveu se aventurar com eles, deixando os pais para trás e desafiando todas as expectativas de Chico que era muito machista e não acreditava que ela fosse tão longe. Bilisca adorava mandarnaqueles cangaceiros e cuidar deles também, o único que ela não conseguia era Chico. Ela fazia as comidas deles, contava histórias e os animava. Sempre

foi muito trabalhadora, gostava de ajudar em tudo. Vivia com um único vestido preto, não era vaidosa, tinha cabelos cacheados e usava óculos.

Zé maxixe: O melhor amigo de Chico, também veio de uma família de cangaceiros e se conhecem desde pequenos, compactuavam dos mesmos pensamentos e foi o primeiro a entrar no bando. Ele respeitava as decisões de Chico, porque assim como ele havia passado por dificuldades na vida e acreditava que ele sabia o que era melhor para todos. Zé adora cavalgar, também era muito tinoso e muito ignorante, não teve estudo, assim como os outros, mas também não ligava para isso, era um homem gordinho e baixinho, usava bigode, tinha uma barba malfeita.

Gracinha: Uma mulher carioca, que visitou a cidade de Natal nas férias e se encantou pela cultura, pelas pessoas e principalmente pela tapioca, então decidiu que voltaria para morar, e com um tempo depois voltou, enfrentou uma viagem longa de carro até aqui e quando chegou, passou por muitas dificuldades, até decidir que iria montar uma tapiocaria, mas queria inovar, pensou em fazer tipos de recheios diferentes e assim deu vida a Casa de Taipa Tapiocaria. Gracinha sempre foi arretada, decidida, conhecia vários lugares do mundo, era culta, e como toda mulher da cidade grande ela adorava se arrumar. Sonhadora que só ela, gostava de viajar e levava uma vida muito diferente da de Chico Cabeludo

- **Storytelling**

No sertão pernambucano existia um homem tão arretado que chegava a ser respeitado pelo povo da região, seu nome era Chico Cabeludo, capitão de um bando de cangaceiros, que viajavam a procura de desbravar novos territórios, temidos, mas não por serem matadores, era apenas por não levarem “desaforo” para casa. Cabeludo era originário de uma família de cangaceiros e ao contrário dessa raiz, que cometia terríveis atrocidades, não compactuava desse mesmo posicionamento esmo assim respeitava e entendia sua origem. Com o tempo, foi fazendo novas amizades que acabou transformando um bando diferente do que todos conheciam.

O que Chico gostava mesmo era de experimentar a culinária diversificada de cada região junto com seu bando, entre uma viagem e outra, ele não abria mão de comer tapioca, sua comida preferida, pois remetia a sua infância quando sua mãe fazia de forma tradicional no coco e na manteiga, para ajudar no sustento de sua família. Cabeludo tinha um problema, ficava arretado quando por algum motivo alguém falava mal ou pelo menos tentasse ferir o que diz respeito à

cultura da sua região. Isso deixava o “caba” tão irritado que poderia ser até capaz de fazer emergir o seu instinto mais profundo de cangaceiro.

Em uma de suas andanças ele não imaginava o que iria ver em poucas horas que seria a gota serena. Às vezes o destino nos prega peças, mas essa seria uma das coisas que iria mudar para sempre a vida desse pernambucano.

6 CONSIDERAÇÕES

A animação “A peleja de um cangaceiro que terminou em tapioca” aborda a história de um cangaceiro, narrada em forma de “contação” de história e elaborada para comemorar os 15 anos da Casa de Taipa Tapiocaria na qual a proposta é criar um laço de identificação dos clientes que assistem a história com a cultura nordestina e reafirma-la durante toda a campanha, desde o momento que assistem ao vídeo até o momento que entram no restaurante.

Percebemos que através da ficção em vídeo, podemos agregar mais informações e relacionamento com o público-alvo, em um dos meios que mais contribuem para a repercussão do roteiro criado, sendo ela baseada nas estratégias adotadas pelo briefing realizado através da história real da dona do empreendimento, a fim de obter resultados positivos.

E a Narrativa Transmídia é a base com coesão para que ocorra o sistema de Comunicação Integrada entre os mais diversos meios e pudemos verificar a presença das arenas, que neste caso foram as de turismo, gastronomia e varejo.

Os personagens que fazem parte da *storytelling* aparecem em diferentes meios de comunicação, completando e interagindo com a história principal, tornando mais fácil o entendimento do público que a acompanha, através da narrativa, sendo veiculadas pela plataforma que melhor potencializa suas características expressivas, considerando uma ligação entre a Narrativa e a Comunicação Integrada para que torne possível atingir o público da melhor forma e fazer com que a empresa não perca o investimento e atinja a sua meta.

Chico fica intrigado com o jeito de Gracinha e resolve provar da tapioca, então gracinha serve o prato e na primeira mordida ele fica “abobado” e sente a melhor sensação ao lembrar-se da primeira vez que comeu a tapioca. Viu que a comida era feita com tanto amor e carinho quanto a da sua mãe. Então, ao terminar de comer ele olha para ela encantado e toda sua ira some.

Ele reconheceu que a intenção de Gracinha não era desmerecer o valor da tapioca que era feita em sua terra, mas sim tornar essa iguaria tão boa quanto. Ela então se sente satisfeita em saber que a sua dedicação e amor em preparar a tapioca tinha sido reconhecida. Chico

Cabeludo se dá conta que toda a viagem não foi por uma tapioca qualquer, mas sim para conhecer a melhor tapioca do Brasil e quem sabe encontrar o amor da sua vida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

O CANGACEIRO. Recife: Maquinário – Laboratório de Animação UFPE, 2011.

Disponível em > It; <https://www.youtube.com/watch?v=PXA3eYOh96I> < Acesso em 07 Novembro 2015.