

TRATAMIENTO POR *PLAN 9*

H|ABITAN|T



PEPSI BLACK

¿A QUÉ TE SABE?

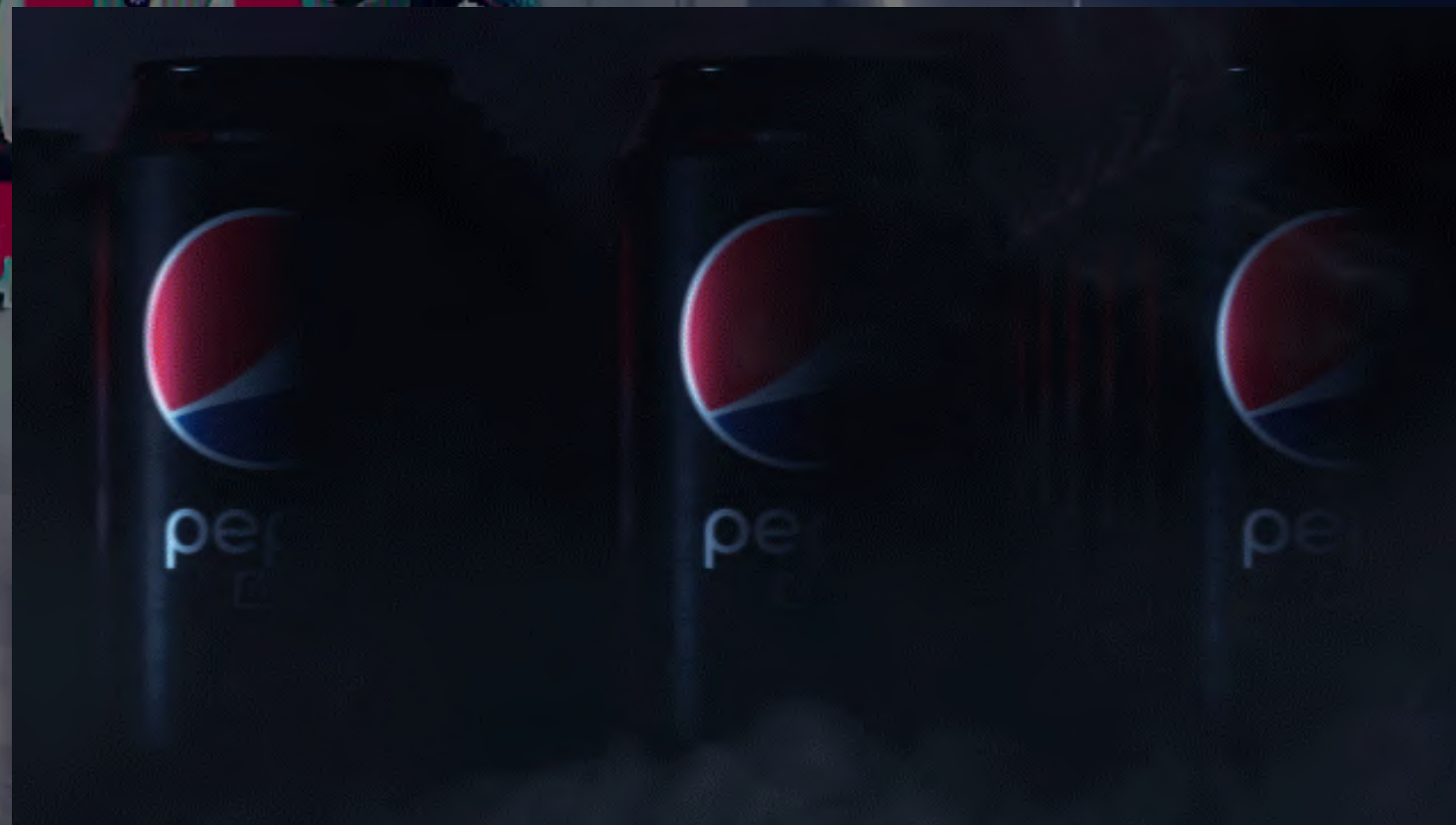
x PLAN 9

Sola

Queremos empezar por agradecerles el haber pensado en nosotros para visualizar esta emocionante campaña de Pepsi Black.

Estamos convencidos de que juntos podemos crear algo realmente sorprendente y único, que transmita la esencia de Pepsi Black y capture la atención del público.

Nos emociona MUCHÍSIMO la idea de hacer una pieza que desde su concepción sea TAN musical. Somos firmes creyentes de que la fusión entre música y visuales es lo que produce las mejores piezas audiovisuales, y en esta ocasión sentimos esta campaña como un "free pass" para explorar creativamente la relación entre música, video y sabor. Con este enfoque en mente, hemos desarrollado una propuesta que busca no solo emocionar y entretener al espectador, sino también sumergirlo en un viaje audiovisual que le permita experimentar el sabor de Pepsi Black de una manera completamente nueva y original.



CONCEPTO

¿A QUÉ TE SABE?
PEPSI BLACK



Quisiéramos proponer una pieza completamente sensorial, donde intentemos traducir el sabor de Pepsi Black a una experiencia y un viaje audiovisual a través de diferentes "Universos" y momentos específicos que, de cierta manera, resumen el sabor de Pepsi Black para ESA persona.

Y es que al final, a lo que te sabe a ti la Pepsi Black, es diferente a lo que le sabe al de al lado.

Para esto, encontramos inspiración en aquellos momentos cinematográficos que pretenden transmitir experiencias puramente individuales. Donde casi que el mundo deja de existir, y te concentras en lo que se SIENTE.

sensorial sensorial sensorial sensorial sensorial



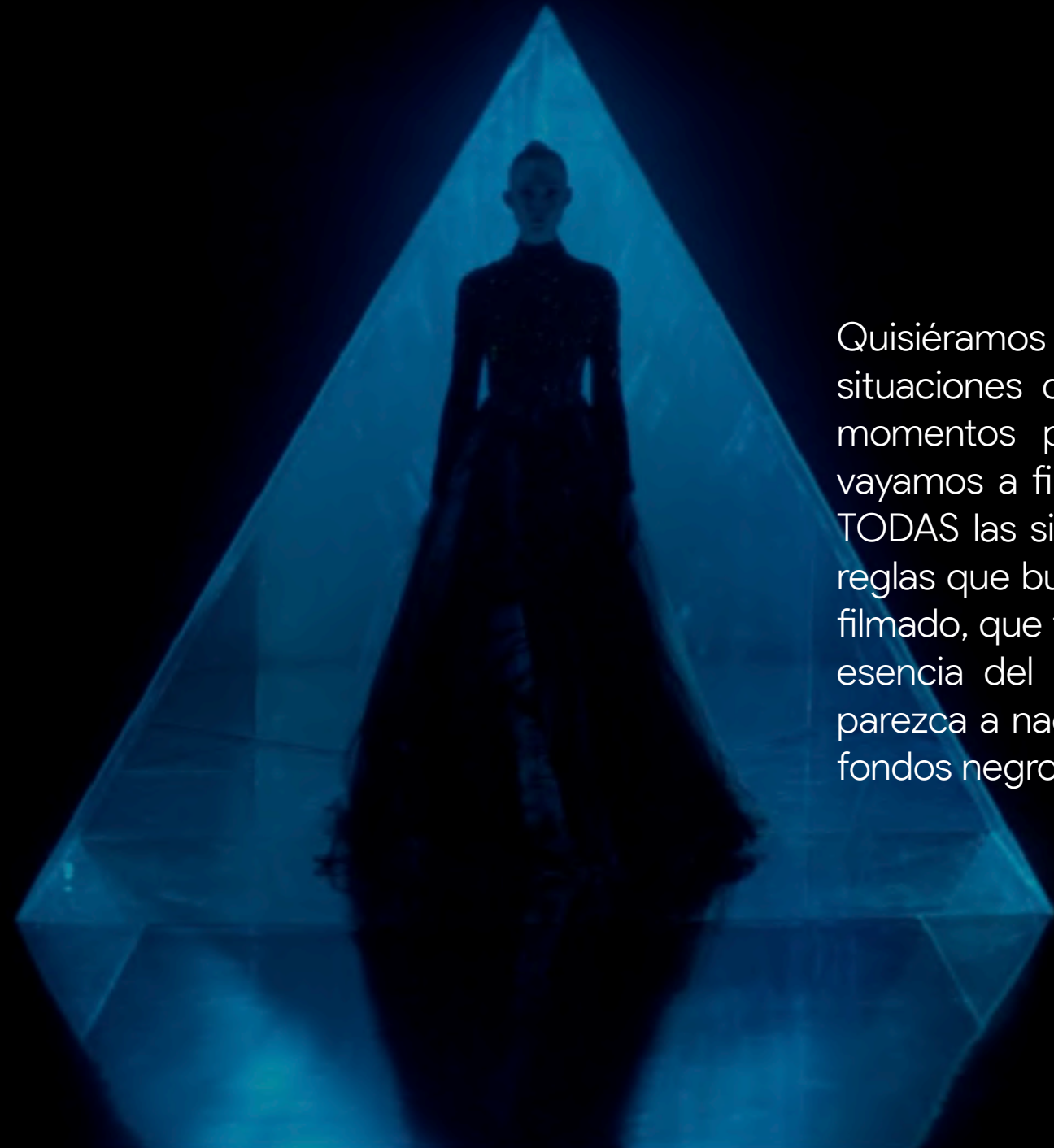
sensorial sensorial sensorial sensorial sensorial

Intentar hacer QUE TE IMAGINES
EL SABOR ***de manera***
PURAMENTE AUDIOVISUAL.

sensorial sensorial sensorial sensorial sensorial



sensorial sensorial sensorial sensorial sensorial



Quisiéramos entonces proponer que todas (o casi todas) las situaciones del guión, se descontextualicen y se conviertan en momentos puramente sensoriales y audiovisuales. Donde no vayamos a filmar NADA a locaciones reales, sino que recreemos TODAS las situaciones en un foro y las filmemos bajo las mismas reglas que buscaríamos en un intrínseco: que esté hermosamente filmado, que transmita de manera visual contundente y divertida la esencia del sabor, y que así nuestro viaje "multivérsico" no se parezca a nada más, sino que se convierta en el un multiverso de fondos negros. Propios de PEPSI BLACK.



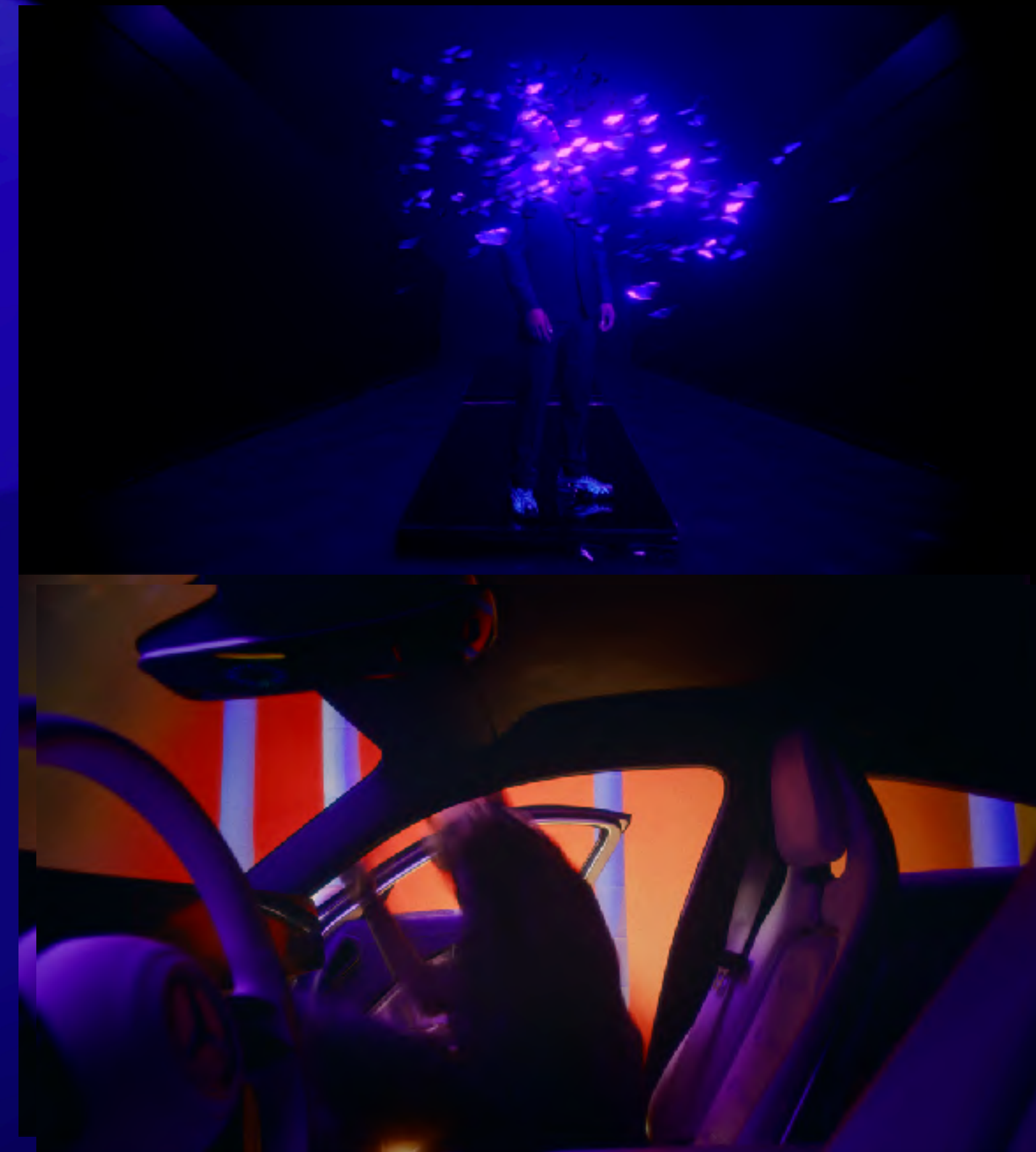
FOTOGRAFÍA

¿A QUÉ TE SABE?

¿ A Q U É T E S A B E ?
P E P S I B L A C K

Es importante mencionar que esto de ninguna manera quiere decir que la pieza será lúgubre o oscura, de hecho, todo lo contrario. Buscamos que cada situación tenga su propia luz y color, vibrante y cautivadora, resaltando los detalles de cada momento y transmitiendo la energía de Pepsi Black en todo su esplendor.

Queremos jugar constantemente con luces, colores, texturas y reflejos para crear imágenes impactantes que capturen la atención del espectador, bajo las "reglas" de cada momento. (Hablaemos de eso a continuación). Incluso, recrear la luz de el exterior en ciertos momentos, para que por un momento se sienta como que estamos en locación, pero luego, al abrir el plano, mostrar que seguimos en nuestra dimensión "BLACK".



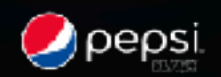
Imaginamos una pieza de movimientos de cámara interesantes y sorprendentes, replicando el dinamismo visual de los intrínsecos. Jugaremos constantemente con rigs de cámara inusuales, movimientos de cámara en bolt, e incluso drones que nos permitan darle dinamismo a cada momento. La idea es que no extrañemos ni por un momento el filmar en locaciones reales, sino que esta metodología nos permita potenciar visualmente cada uno de los momentos.



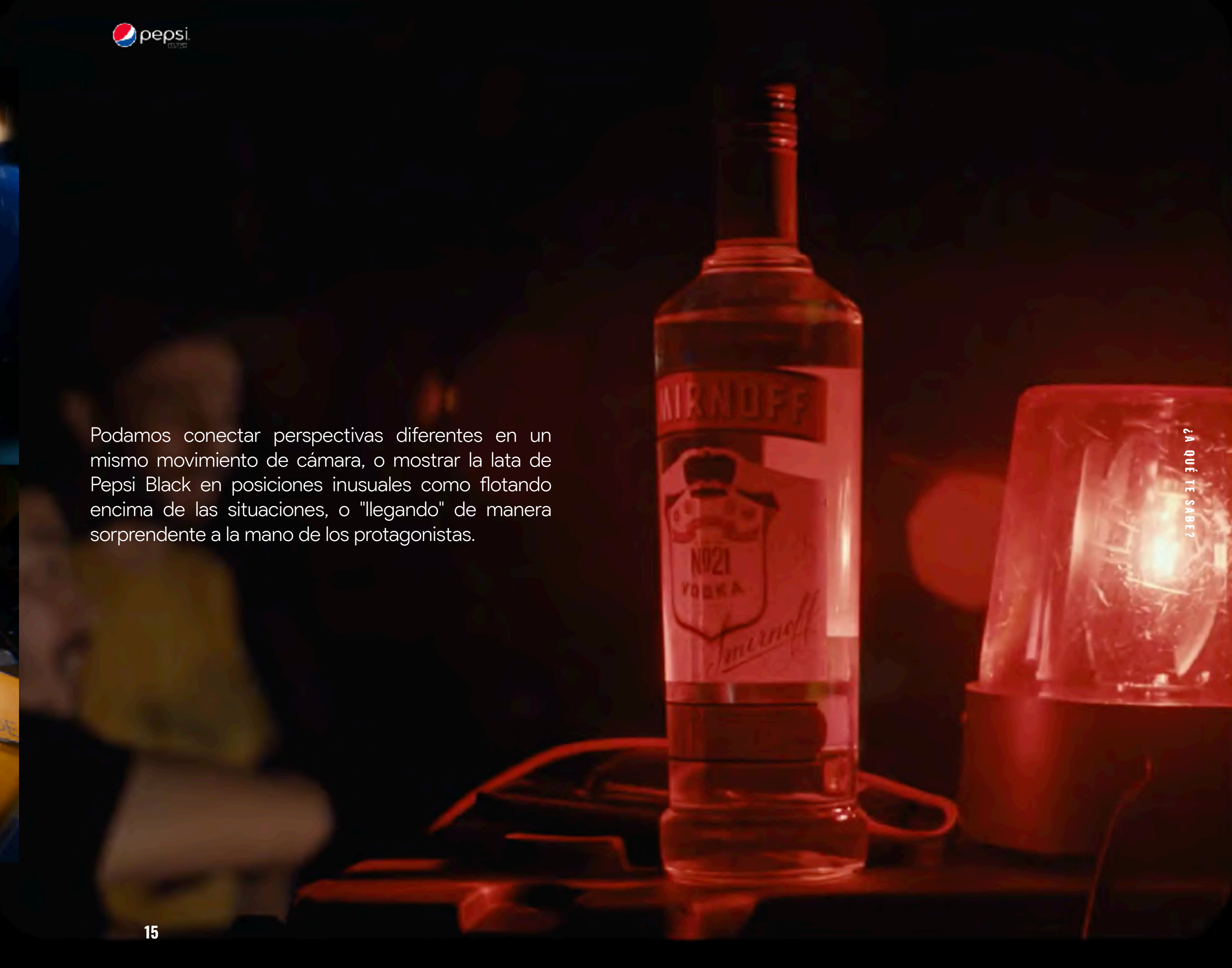
Además, queremos jugar constantemente con la percepción del espectador, y proponer que, sumado a las "transiciones multivérsicas".





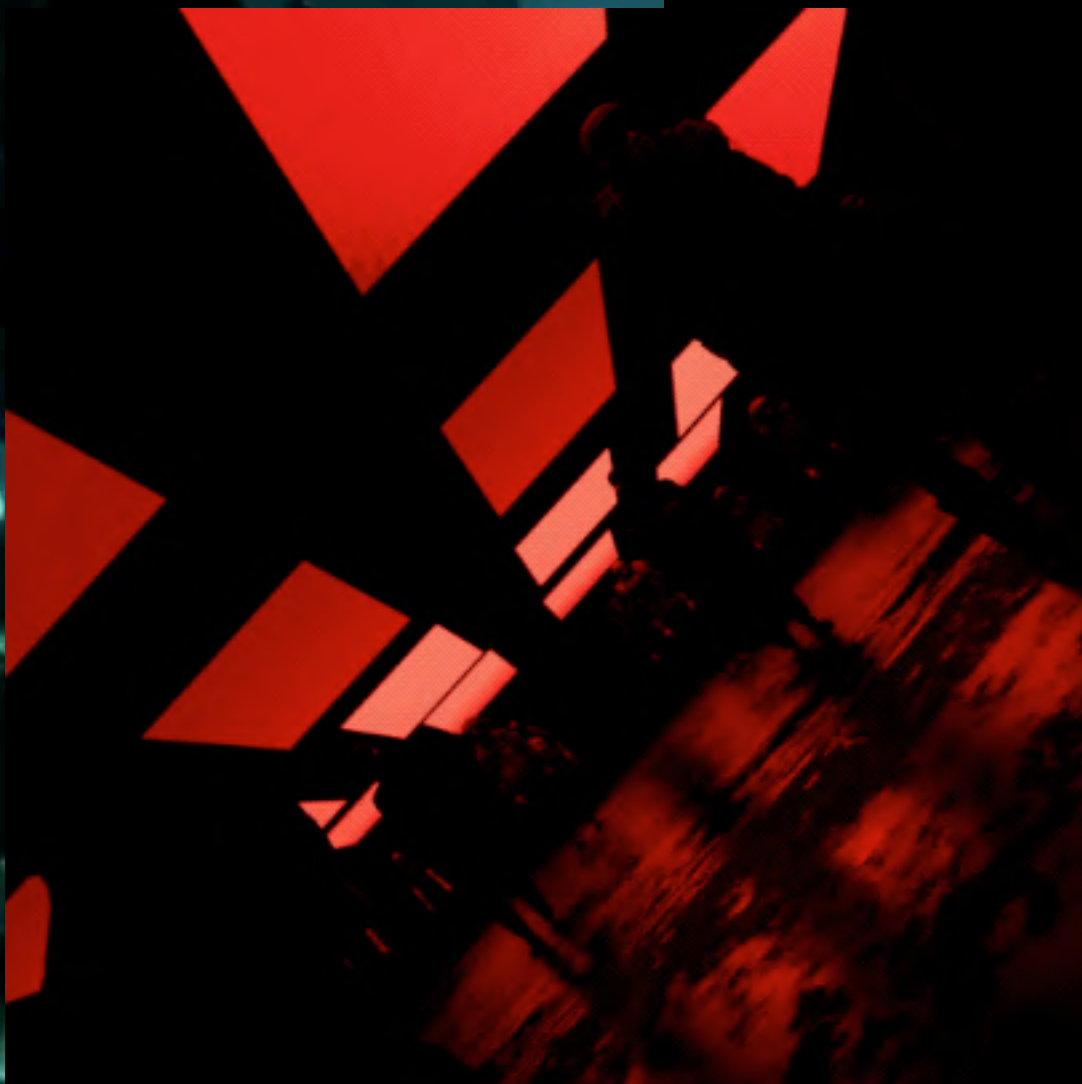


Podamos conectar perspectivas diferentes en un mismo movimiento de cámara, o mostrar la lata de Pepsi Black en posiciones inusuales como flotando encima de las situaciones, o "llegando" de manera sorprendente a la mano de los protagonistas.





PLAN 9



¿A QUÉ TE SABES?

LOS UNIVERSOS

¿A QUÉ TE SABE?
PEPSI BLACK

Estética & posibles situaciones

En un multiverso, las posibilidades audiovisuales son infinitas. Y esto puede hacer que fácilmente se pierda el norte estético de la pieza. Por esto, creemos necesario definir algunas reglas estéticas para cada momento del guión, que nos van a ayudar a entender cómo se vería, al menos en “esencia”.

Estas reglas no están escritas en piedra ni mucho menos, y probablemente en edición veamos que algunas de ellas pueden modificarse o incluso eliminarse, pero creemos que es importante tener un punto de partida sólido para poder explorar y experimentar con cada situación.

¿A qué te sabe Pepsi
Black?





- Empezamos en el interior de un refrigerador. Está bien iluminado y se debe sentir como una situación aparentemente normal.
- La lata siempre será el centro del cuadro.
- Los ambientes y momentos cambian rápidamente alrededor de la lata.
- Es el momento de explorar posibilidades. Acá es donde "sobretudo" podremos jugar con los diferentes universos, y plantear momentos cortos de animación, o situaciones un poco fuera de la realidad.



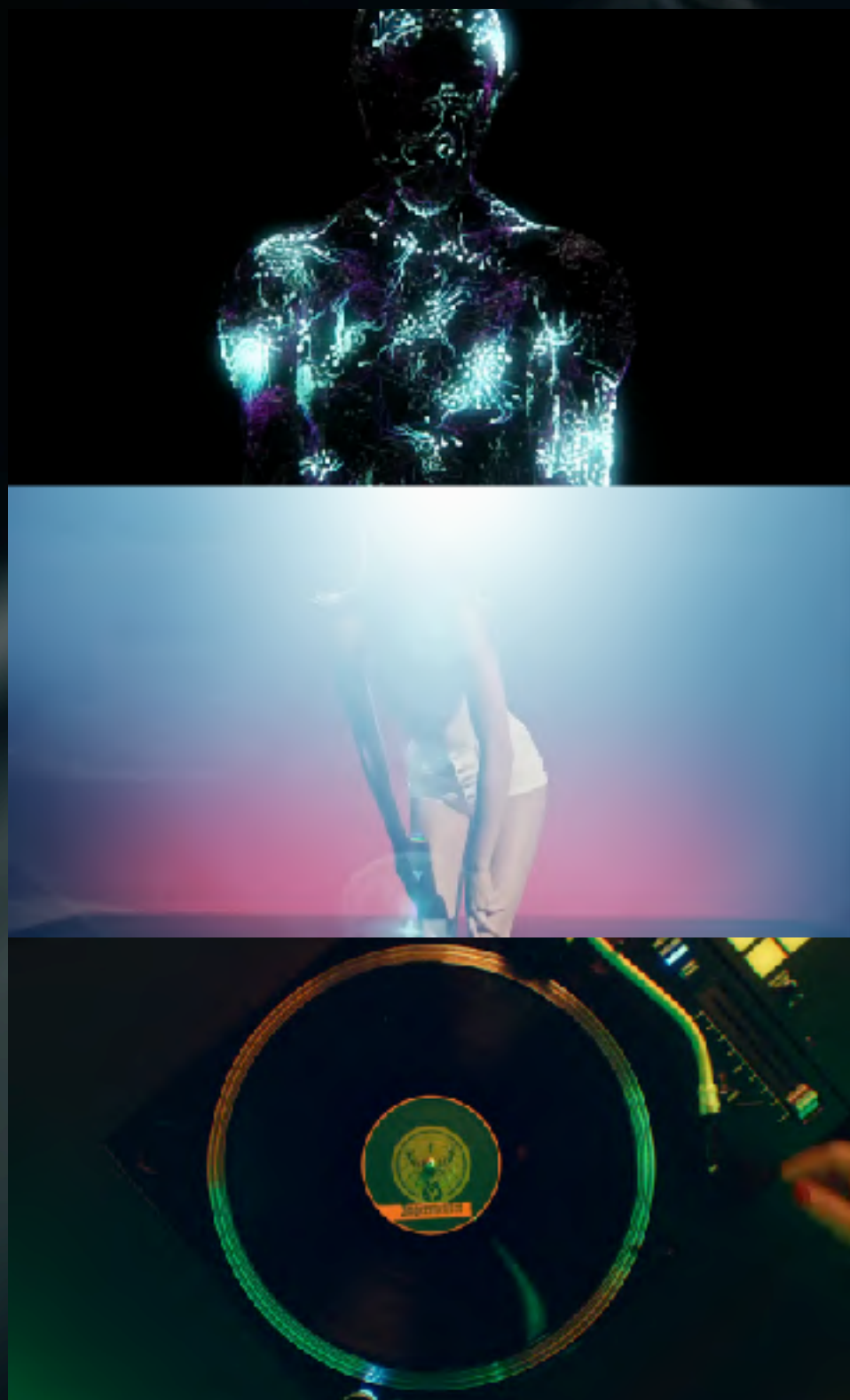


¿A QUÉ TE SABER?

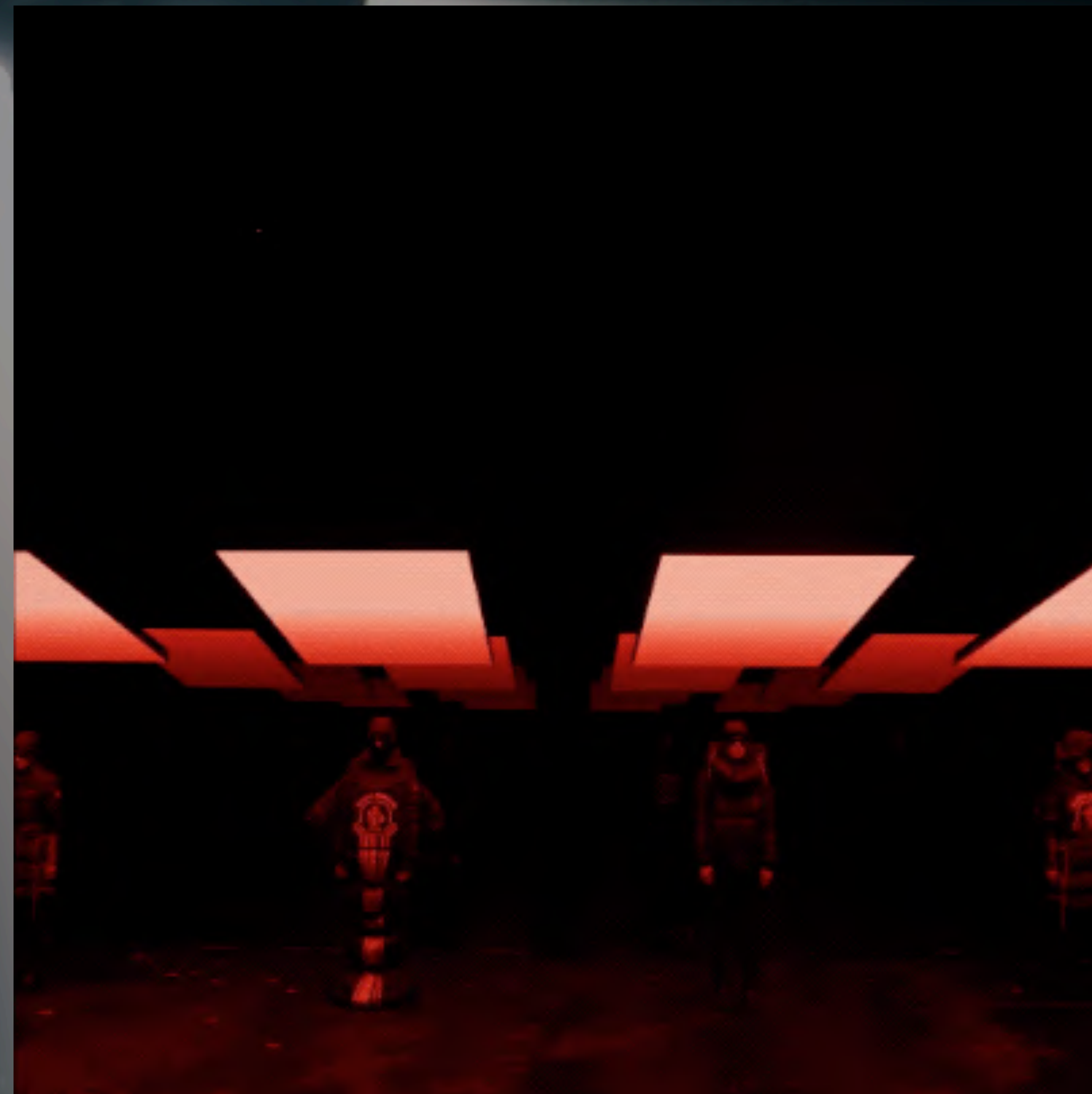
- Pepsi en refrigerador cerrado. La cámara se empieza a acercar lentamente a ella. (SET)
- Pepsi yendo a toda velocidad (VP)
- La lata flota en el aire sobre una pool party (SET + Rig a cámara, o VP)
- Lata de PEPSI Bajo el agua (MINI SET)
- Una lata de Pepsi en caída libre (VFX)
- Pepsi Black en una mesa junto a una computadora mientras alguien trabaja en... (siguiente situación) (SET)
- un render de una lata de Pepsi Black (en la pantalla). (SET + VFX)
- Aparece sobre un cooler (MINI SET)
- Flotando en la mitad del espacio (VFX O VP)



sabe a en vivo



- Colores brillantes neones y saturados.
- Luces de escenario e instalaciones de luz
- Confetti, humo, burbujas, etc.
- Sensación constante de fiesta y celebración.



- Alguien rodeado de pepsis flotando (FORO)
- Múltiples Pantallas con pepsi (FORO + PANTALLAS)
- Mariana Bo Toca en medio de una fiesta con una pepsi en la mano (SET GRANDE + EXTRAS)
- Pepsi en una bandeja (EN SITUACIÓN ANTERIOR)
- Product shot de una pepsi junto a unos tornas mientras caen papeles brillantes de fiesta (EN SITUACIÓN ANTERIOR)
- DJ Virtual (VFX)
- UNA PEPSI EN EL PORTAVASOS DE UN AUTO (AUTO EN VP)
- LUCES DE CONCIERTO QUE SALEN DESDE LA LATA DE PEPSI BLACK (VFX)
- PRODUCT SHOT DE PEPSI SIENDO ILUMINADA POR LUCES DE CONCIERTO (FORO Y LUCES DE SET DE MARIANA BO)
- RECORRIDO POR MULTITUD LEVANTANDO PEPSI BLACKS (SET DE MARIANA BO)
- INSTALACIÓN DE LUZ CON DIFERENTES DETALLES DE PERSONAS (ESTE SET PUEDE REUTILIZARSE PARA LA SECCIÓN DE BAILE)

KODAK 400

KODAK 400

KODAK PORTA FF1 30

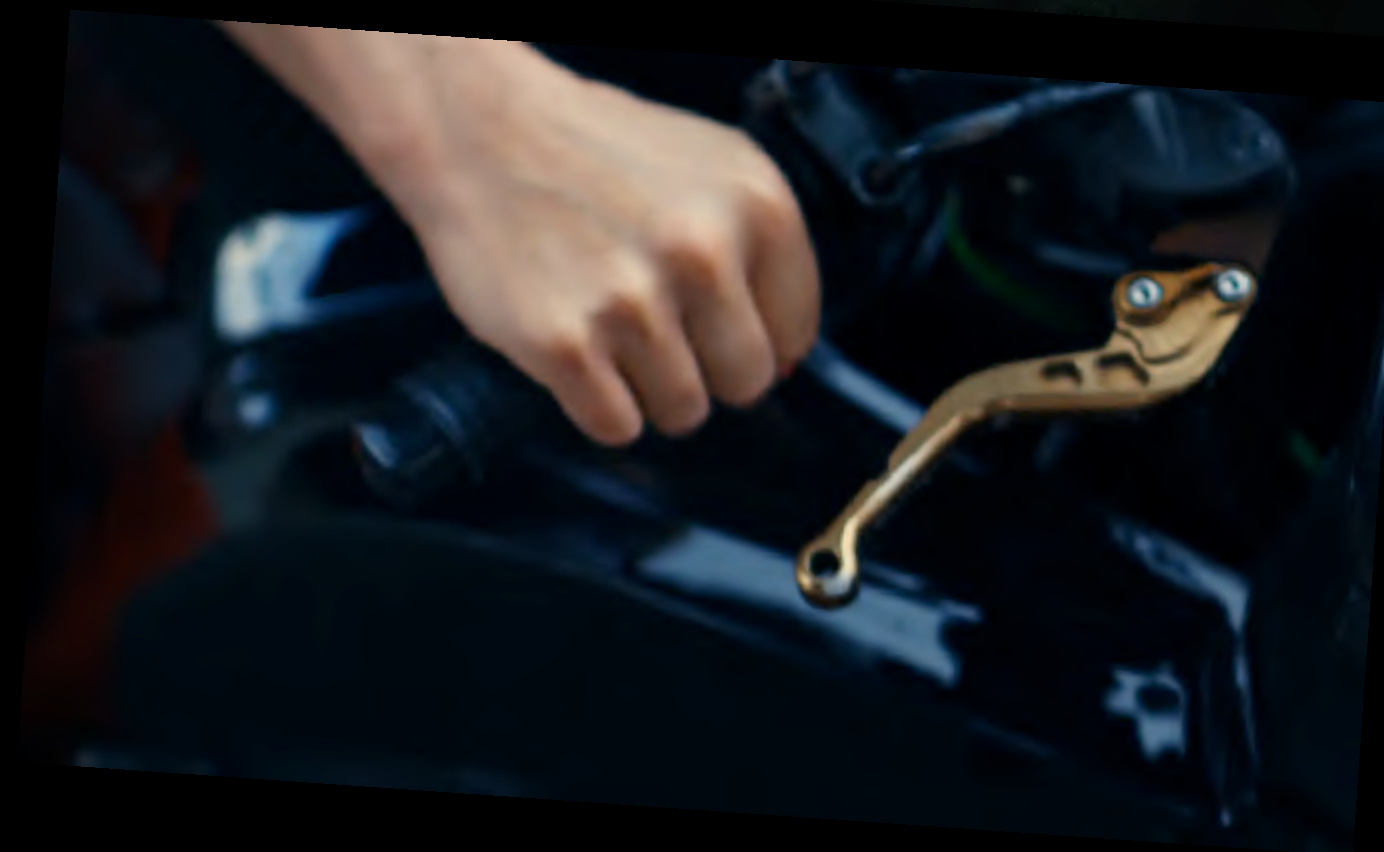
KODAK PORTA FF1 30

sabe a Flow

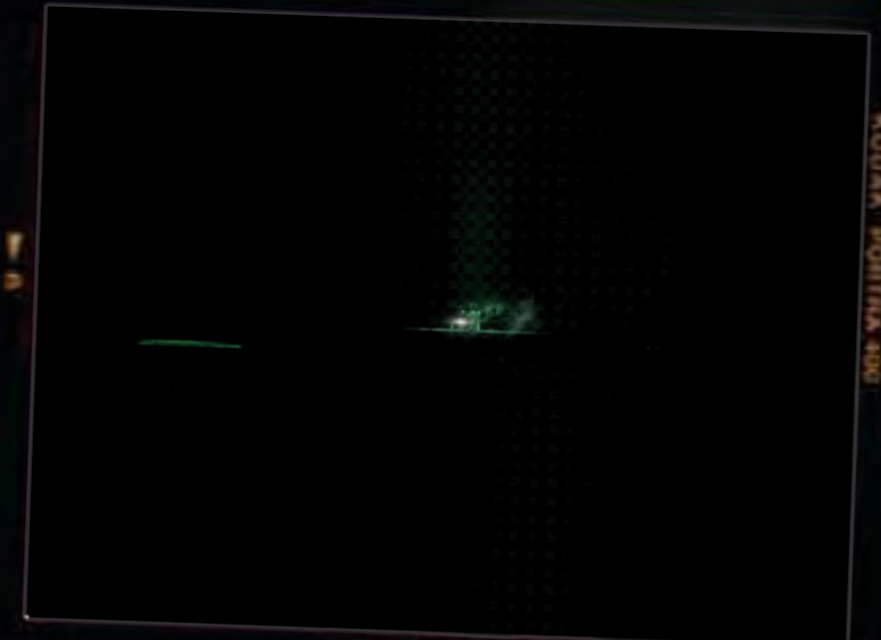




- Recrearemos calles y graffitis iluminadas por farolas de colores
- Texturas más "orgánicas" propias de los videos de Hip Hop e incluso ilustración sobre frames.
- Vestuario propio del género.
- Iluminación concentrada en los personajes, para replicar la estética de videoclips urbanos



- Alguien practica frente a un espejo (MINI SET)
- Alguien escribe una rima increíble (MINI SET)
- Alguien practica una rima acostado sobreunauto (MISMO AUTO EN VP)
- Los dos MCs en una calle con neones (SET GRANDE)
- Grupo de amigos reunidos junto a una señal de tránsito (MINI SET)
- Crew Frente a Tienda (SET)
- POV de alguien que toma Pepsi desde su boca (CÁMARA PEQUEÑA TIPO INSTA360)
- INSERTOS DE PERSONAJES HACIENDO CONSUMOS EN POSICIONES SIMILARES A LA DEL MIC. (REUTILIZAR SETS)
- ALGUIEN RIMANDO haciendo freestyling con muchos brazos (muchos micrófonos, muchas pepsis) (FORO)





sabe a Romperla



- Texturas visuales "ruidosas" o "sucias", como granulado en la imagen, que refuercen el carácter crudo y auténtico del rock.
- Escenografía que simule un espacio de ensayo, con instrumentos musicales, amplificadores y micrófonos.
- Vestuarios propios del género, como chaquetas de cuero, camisetas estampadas, jeans ajustados y accesorios metálicos.
- Cámara más orgánica (en mano, desenfoques, se ensucia, se rompe el lente, etc)



- Texturas visuales "ruidosas" o "sucias", como granulado en la imagen, que refuercen el carácter crudo y auténtico del rock.
- Escenografía que simule un espacio de ensayo, con instrumentos musicales, amplificadores y micrófonos.
- Vestuarios propios del género, como chaquetas de cuero, camisetas estampadas, jeans ajustados y accesorios metálicos.
- Cámara más orgánica (en mano, desenfoques, se ensucia, se rompe el lente, etc)



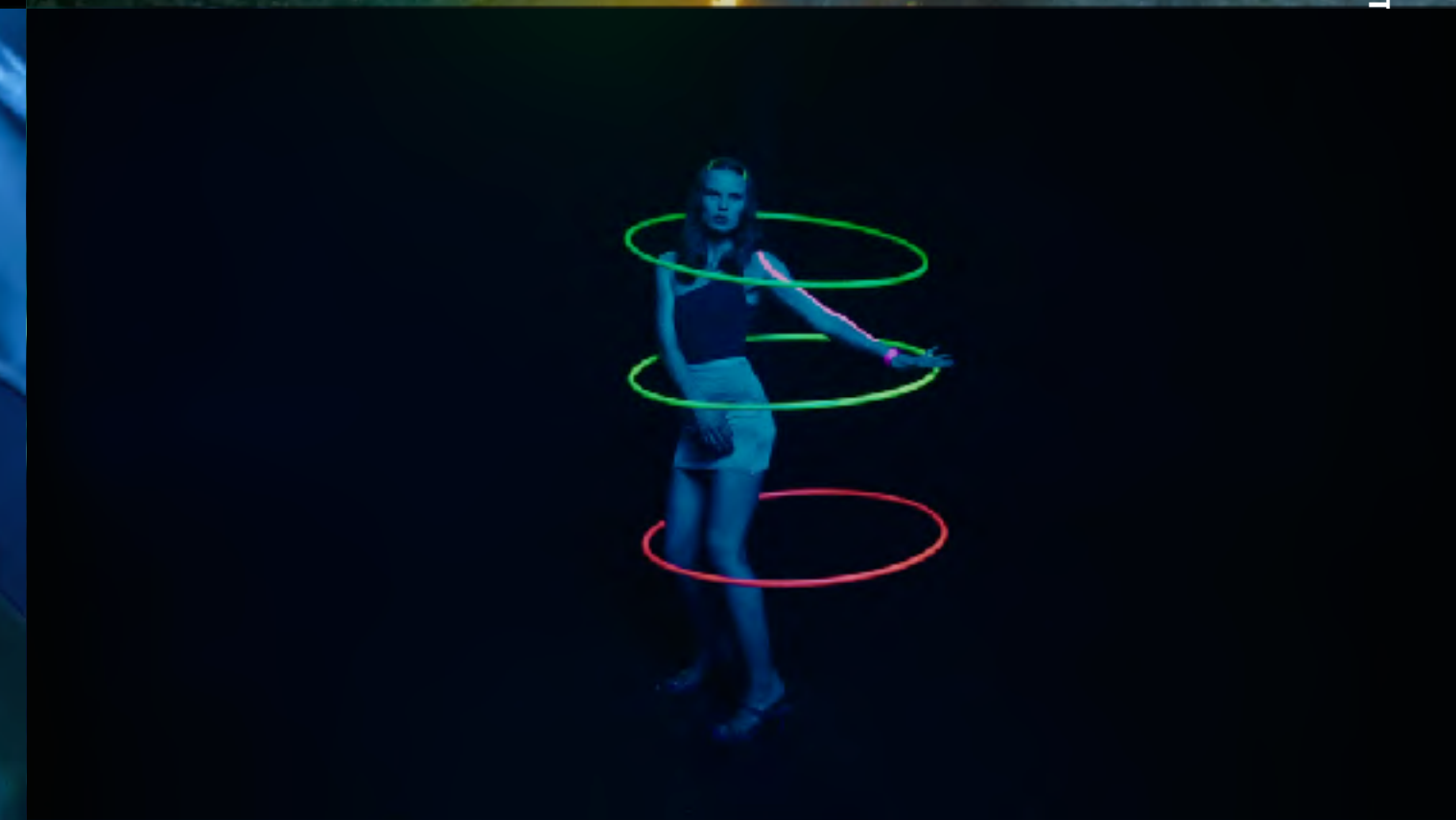
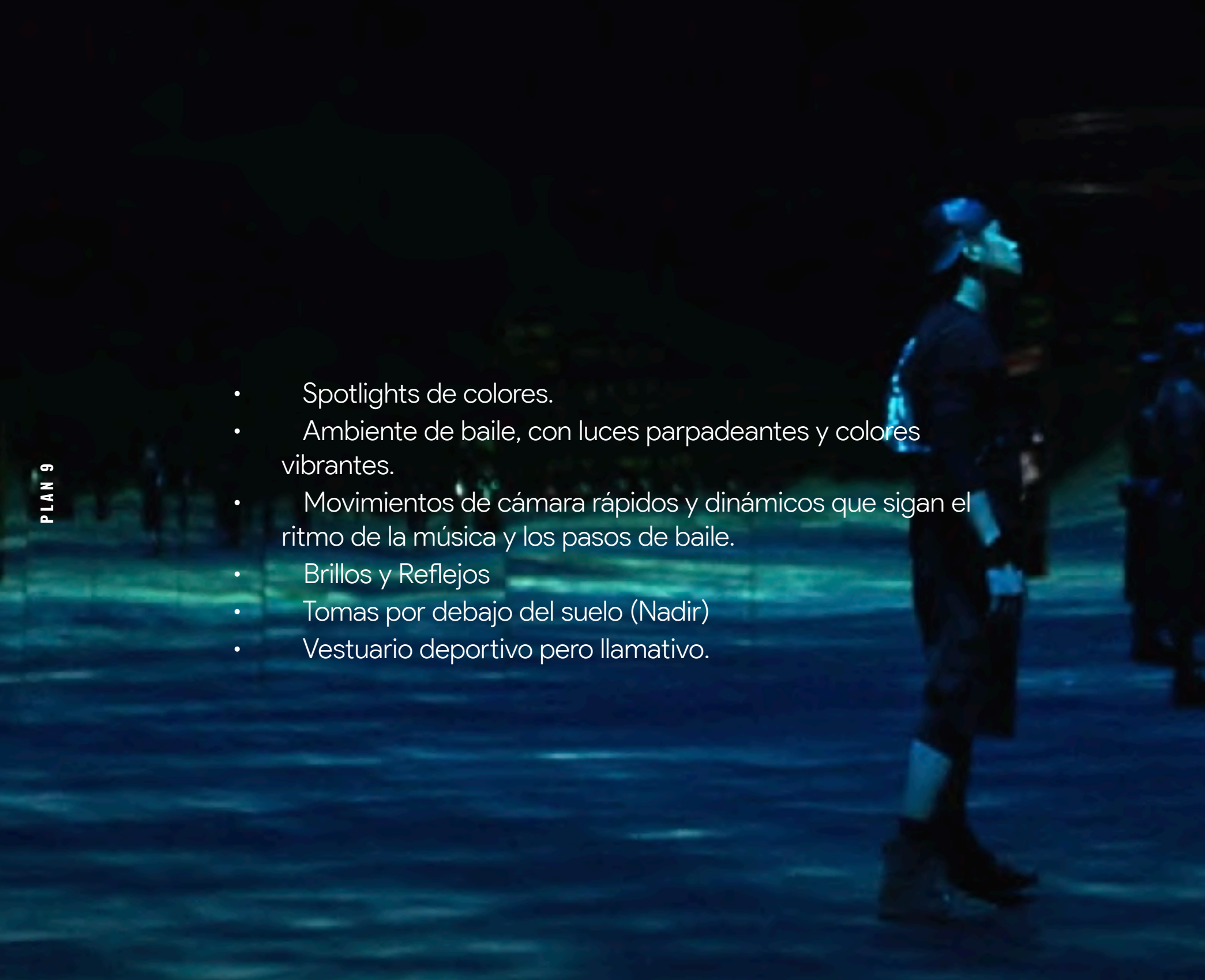
- Ensayadero (SET)
- Varias aperturas de lata de pepsi (EN ESTE Y OTROS SETS + VP NADA ADICIONAL)
- Flotando sobre crowd (FORO. MUCHOS EXTRAS)
- Un televisor antiguo en un lugar para ensayar (TELE EN SET INICIAL)
- Un moshpit (FORO. MUCHOS EXTRAS)
- Momentos de full energía, pero en Blur (ES PROBABLE QUE PARA ESTO NECESITEMOS UN RIG CON VARIAS GOPROS)
- TOMA DESDE EL INTERIOR DE LA LATA (EN SET DE ENSAYADERO)



sabe a atreverse



- Spotlights de colores.
- Ambiente de baile, con luces parpadeantes y colores vibrantes.
- Movimientos de cámara rápidos y dinámicos que sigan el ritmo de la música y los pasos de baile.
- Brillos y Reflejos
- Tomas por debajo del suelo (Nadir)
- Vestuario deportivo pero llamativo.





- Alguien se atreve a bailar sobre una mesa de oficina (SET)
- Alguien salta contra un fondo de cielo (VP)
- CATWALK DE LUZ (SET)
- BAILARIN SE CONGELA (VFX)
- BAILARÍN ES ILUMINADO POR LUZ LASER
- BAILARINES CONTRA PANTALLAS (VP)
- PEPSI GIRANDO COMO UNA MONEDA (VFX)
- BAILARINES EN DIFERENTES ÁNGULOS Y PERSPECTIVAS (FORO O MISMO SET DE CATWALK)

sabe a 🥶

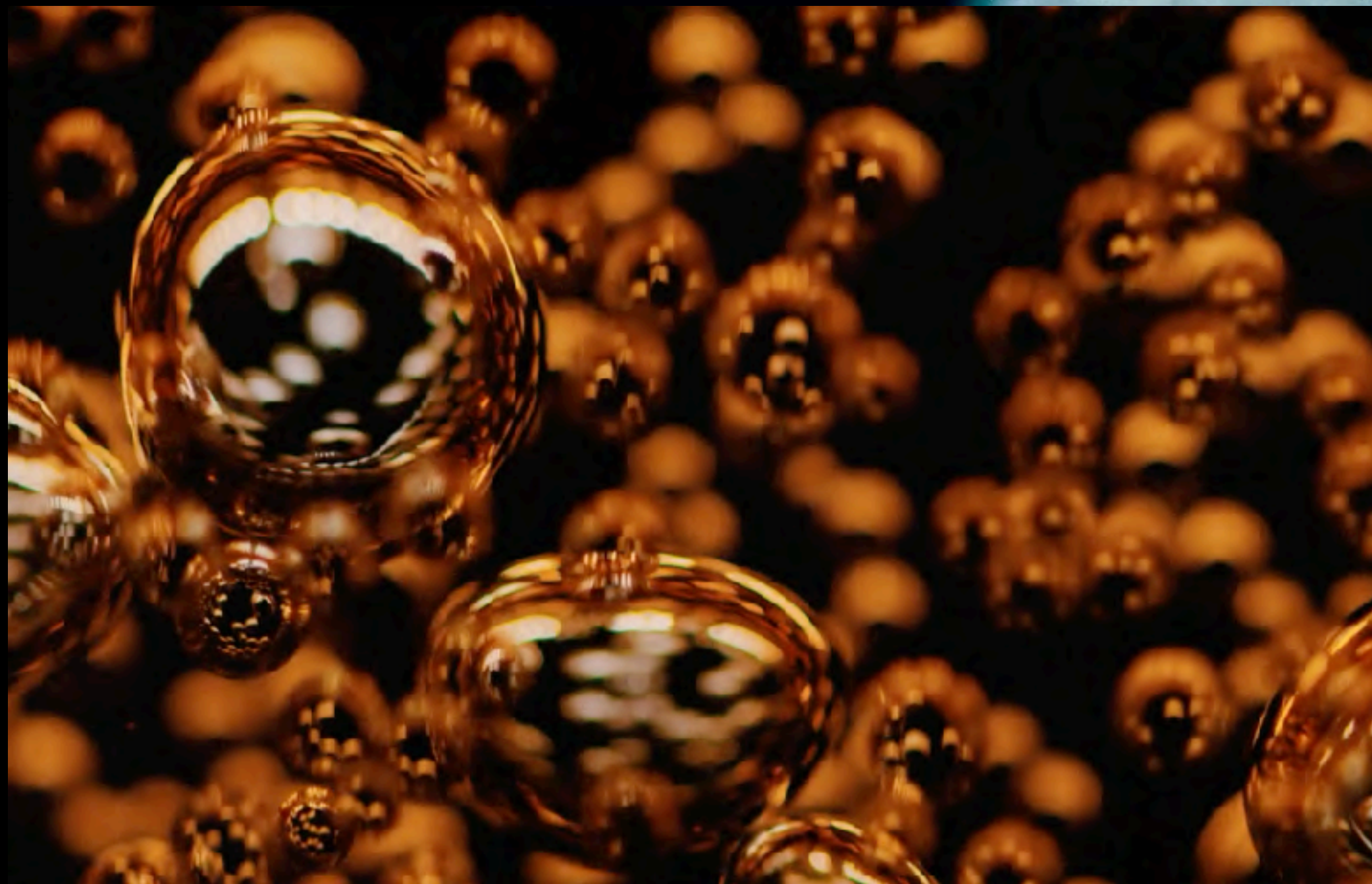


- Descanso de la pieza. Toda la pantalla se congela.
- PANTALLA SE CONGELA, Y LUEGO UNA PEPSI ROMPE EL HIELO (VFX)



sabe a fzzzzzz





- Tomas de intrínsecos de burbujas

sabe a aaaaaah



- Primerísimos planos del rostro mientras disfrutan un trago refrescante de Pepsi Black
- Cámaras lentas para capturar cada detalle en las expresiones de satisfacción
- Colores y luces que se intensifican a medida que la persona disfruta de su bebida

aaaaah

• EXPRESION DE AHhhh POSTCONSUMOS

sabe a clink clink



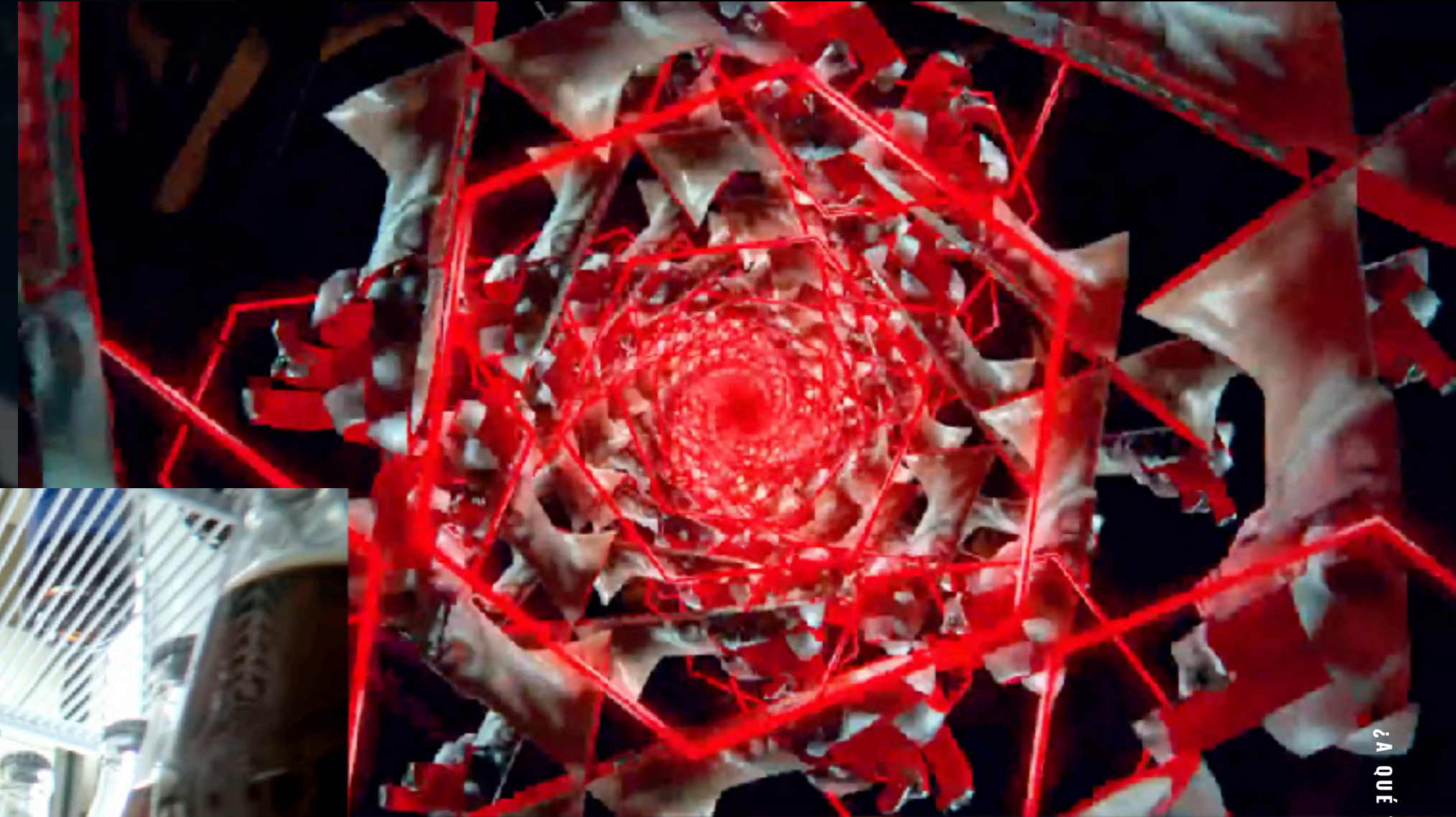
- Imágenes de hielos cayendo en el vaso.



sabe al máximo

¿A QUÉ TE SABEZ?

- Volvemos al interior del refri.



¿A QUÉ TE SABES?



- HACEMOS UN ÚLTIMO MONTAJE DE RECAP (EDIT)
- PODEMOS TENER UN ÚLTIMO MOMENTO VISUAL MULTIVERSICO (VFX)
- VOLVEMOS AL SET INICIAL. VEMOS QUE SE ABRE Y UN CHICO TOMA UNA PEPSI COMO SI NO HUBIERA PASADO NADA.



EDIT & POST

¿A QUÉ TE SABE?
PEPSI BLACK

¿A QUÉ TE SABE?

La edición y postproducción serán cruciales para lograr la estética y el ritmo deseados en esta pieza.

Queremos que los espectadores se sientan inmersos en este viaje "multiversico" a través de diferentes situaciones y momentos, siempre manteniendo la lata de Pepsi Black como el centro de atención.



Para lograr esto, utilizaremos una combinación de transiciones rápidas y fluidas entre los distintos universos, así como también efectos visuales que ayuden a realzar las texturas, colores y detalles en cada situación. Además, nos apoyaremos en la música y el diseño sonoro para darle cohesión a la pieza e intensificar las emociones que queremos transmitir.

En cuanto a las transiciones entre universos, imaginamos una mezcla de cortes rápidos, wipes creativos (por ejemplo: burbujas que llenan la pantalla o un rayo de luz que atraviesa el cuadro), el uso del logo de pepsi (donde lo atravezamos para llegar a la siguiente situación, y "match cuts" (donde un elemento visual o acción se repite en dos situaciones diferentes).

PLAN 9



¿A QUÉ TE SABES?

DESCANSOS AUDIVISUALES

¿ A Q U É T E S A B E ?
P E P S I B L A C K

En esta pieza, también queremos car la importancia de los "descansos audiovisuales".

Estos momentos serán clave para permitir al espectador asimilar y apreciar el viaje sensorial en el que se encuentra. Cada vez que lleguemos a uno de los artistas o situaciones contundentes y emocionantes, nos detendremos brevemente en un descanso audiovisual, donde la música y el diseño sonoro cobrarán protagonismo.



En la parte de EN VIVO podemos detenernos en MARIANA BO y escuchar la energía del público, en la parte de FLOW podremos escuchar detenerlos en LOBO ESTEPARIO y RC y escuchar un par de rimas de su propia voz. En la parte de ROMPERLA podríamos detenernos en la banda de rock y escuchar un poderoso riff de guitarra, mientras en la parte de ATREVERSE podríamos enfocarnos en el sonido de los pasos de baile y la respiración agitada de los bailarines.



SUPERS

¿A QUÉ TE SABE?

¿ A Q U É T E S A B E ?
P E P S I B L A C K

Para los supers, proponemos utilizar tipografías y estilos gráficos que se adapten a cada situación y universo específico, de manera que refuercen el mensaje y la estética de cada momento.

Por ejemplo, en "Sabe a En Vivo" podríamos usar una tipografía en neón que imite las luces de un escenario; mientras que en "Sabe a Flow" podríamos optar por un estilo más urbano y callejero, como si estuviera pintado con spray sobre un muro.

**PATRICK
HERNANDEZ**

ENTER

NATASHA KHAN



Además, queremos jugar con la animación y el movimiento de los supers para darles dinamismo e interacción con las imágenes. Por ejemplo, en "Sabe a Romperla", el super podría aparecer como si estuviera siendo rasgado por la guitarra eléctrica; o en "Sabe a Atreverse", podría moverse al ritmo de los pasos de baile.

LA MAQUETA

¿A QUÉ TE SABE?
PEPSI BLACK

Pla



PLAN 9



pepsi.



60

CELEBRITIES



¿A QUÉ TE SABE?



¿A QUÉ TE SABE?
PEPSI BLACK

& Casting

Dentro de este universo sensorial y visual, nuestros protagonistas son un elemento fundamental para transmitir como el sabor y la energía de Pepsi Black es diferente para cada persona, pues cada uno de ellos tiene un estilo visual y musical propio, pero además cada uno representa a una escena diferente. Buscaremos lograr que cada uno de los artistas mantenga su personalidad y estilo propio, pero que además el espectador sienta la energía de cada escena, y que incluso si no conoce a los artistas, si pueda identificarse con algo de lo que ve en pantalla.

18H EFGFAF FUJI 14 PRO400H



Mariana Bo

Mariana Bo ha construido su carrera a partir de los sonidos más fuertes de la música electrónica. Pero además es una hábil interprete de violín. Lo cual la ha llevado a fusionar ambos elementos en más de una ocasión. En nuestro comercial, justo podríamos tener un momento inicial que conecte con los violines dramáticos del primer momento, donde al pasar a Mariana Bo, ella justo se detenga de tocar el violín, tome un sorbo de pepsi, y presione "PLAY" en sus decks para dar inicio a la fiesta electrónica más increíble, lo cual nos llevará al resto de situaciones de ese momento.



Lobo Estepario y RC representan el mundo del hip-hop, el freestyle y las batallas de rap. Ambos son artistas talentosos y versátiles que tienen una gran habilidad para improvisar y rimar. En nuestro comercial, queremos mostrar su energía y estilo sobre un escenario urbano que capture la esencia de un enfrentamiento real de MCs. No a manera de evento patrocinado, con grandes escenarios y producción, sino la representación estética y sensorial de un enfrentamiento más de calle, donde la energía y el flow son los protagonistas. Podemos mostrarlos en una batalla de rap frente a frente, rodeados de graffitis y luces neón, mientras disfrutan de una Pepsi Black que les da ese impulso extra para seguir rimando al máximo.

Lobo Estepario



the Warning

The Warning es una banda de rock formada por tres hermanas mexicanas que han logrado un gran reconocimiento internacional por su talento y energía en el escenario. Para nuestro comercial, queremos mostrar a estas chicas ensayando en su casa o estudio, pero con la energía propia del género y la música que hacen. Queremos lograr imágenes intensas y emocionantes. No queremos a tres chicas lindas tocando rock n' roll, queremos que se sienta poderoso y peligroso. Creemos que esta es la verdadera energía de la banda y del género, y esta es la energía con la que queremos que estén cargadas todas las imágenes de esta sección.

Casting



En cuanto al casting general, buscaremos perfiles diversos y fuera de cualquier cliché. Creemos que PEPSI BLACK y este comercial en particular justo representa que no existe una única manera de ser o sentir algo. Queremos mostrar personas reales, con autenticidad y personalidad propia, que se atrevan a disfrutar de Pepsi Black a su manera. Buscaremos personas de diferentes edades, géneros, razas y estilos, y que no siempre cumplan con el perfil del "género".

No tienes que tener el pelo largo y una chaqueta de cuero para escuchar rock, o no tienes que estar lleno de tatuajes y cara de rudo para darle a las rimas. Puedes ser como quieras y disfrutar de lo que quieras en tu propio estilo y momento.



PRODUCTO

¿A QUÉ TE SABE?
PEPSI BLACK

Creemos que al final, PEPSI BLACK debe ser nuestro héroe. Por eso nos aseguraremos de que siempre sea el centro de atención en cada situación y universo.

A veces presentándose de manera inesperada, a veces sirviendo como "portal" a otros universos, a veces solo siendo el centro del cuadro en una situación convencional y a veces simplemente siendo disfrutado por nuestros personajes. Queremos que la lata de Pepsi Black sea igual de dinámica e impactante que las situaciones y personajes que la rodean, y que su presencia sea siempre memorable y sorprendente.



PLAN 9



¿A QUÉ TE SABE?



Además, nos aseguraremos de dedicar tiempo y recursos para filmar hermosos product shots que refuercen los atributos sensoriales de Pepsi Black. Queremos capturar detalles increíbles y muy fotográficos de la lata en diferentes situaciones y condiciones de Luz.

En cuanto a los intrínsecos, creemos que podemos reutilizar de manera creativa aquellos que se han utilizado anteriormente, probablemente interviniendo el footage con nuevos efectos visuales, o ajustes de color para adaptarlos a nuestra estética y concepto general. También nos aseguraremos de incluir momentos específicos en nuestro rodaje para capturar nuevos intrínsecos que refuercen las emociones y sensaciones asociadas con Pepsi Black, como el sonido del hielo chocando en un vaso o las burbujas efervescentes al abrir la lata.

MÚSICA

¿ A Q U É T E S A B E ?
P E P S I B L A C K

La música y el diseño sonoro serán elementos fundamentales para dar vida a nuestra propuesta audiovisual. Queremos que la pieza inicie con una sección dramática de violines, que nos lleve a un crescendo emocionante y conecte con Mariana Bo, y el momento en que presiona "PLAY" en sus decks. A partir de este momento iniciamos la sección la sección de EN VIVO:



Luego, como si fuera un break en el set de un DJ, llegaremos a la segunda parte musical de la pieza. El momento de FLOW, donde la música se transforma en un ritmo de hip-hop y rap que acompaña a Lobo Estepario y RC en su batalla de rimas.

El último beat de Hip Hop queda en loop y empieza a ser acompañado por una guitarra eléctrica, que nos lleva al siguiente cambio musical y la sección de ROMPERLA. Aquí, la música se vuelve más intensa y energética, con poderosos riffs de guitarra y ritmos de batería.





De repente, el rock se desvanece y llegamos a la sección de ATREVERSE, donde la música cambia nuevamente a un ritmo más bailable y contagioso. Podría ser un mix más funky, divertido y electrónico para darle un toque moderno e interesante.

Además del score musical, también nos apoyaremos en el diseño sonoro para realzar las emociones y las sensaciones asociadas con cada situación.

Por ejemplo, podemos utilizar sonidos reales como aplausos, risas o gritos en los momentos EN VIVO; voces grabadas o efectos sonoros específicos para cada escena en FLOW; distorsiones de guitarra eléctrica o baterías potentes en ROMPERLA; e incluso el sonido de pasos de baile o respiraciones agitadas en ATREVERSE. También queremos aprovechar esos "descansos audiovisuales" mencionados anteriormente para dar protagonismo al diseño sonoro y sumergir aún más al espectador en este viaje sensorial.

DIGITAL CONTENT

¿A QUÉ TE SABE?
PEPSI BLACK

Con una simple edición vamos a lograr engañar al espectador durante los primeros segundos simulando que es un post, pero en algún momento un super o algún elemento “saldrá” de la pantalla, simulando un efecto 3D. Más allá del Super que salga con *Clink Clink, Ahhh, Fizz*. Creemos que también podremos sumarle una sensación, algo que también esté alineado a la propuesta principal. Creemos que cada intrínseco debería tener el efecto de congelado en la pantalla. Es decir, que además del super saliendo, en ese mismo momento nuestra pantalla se congelará para reforzar el concepto, y sumarle un elemento visual atractivo.

¿A QUÉ TE SABE PEPSI BLACK?



MARIANA BO



PLAN 9



¿A QUÉ TE SABE?

**¿A QUÉ TE SABE
PEPSI BLACK?**

MARIANA BO



¿A QUÉ TE SABE PEPSI BLACK?



LOBO ESTEPARIO & RC



¿A QUÉ TE SABE?

¿A QUÉ TE SABE PEPSI BLACK?



LOBO ESTEPARIO & RC



¿A QUÉ TE SABE?

¿A QUÉ TE SABE PEPSI BLACK?



THE WARNINGS

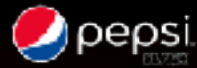
PLAN 9



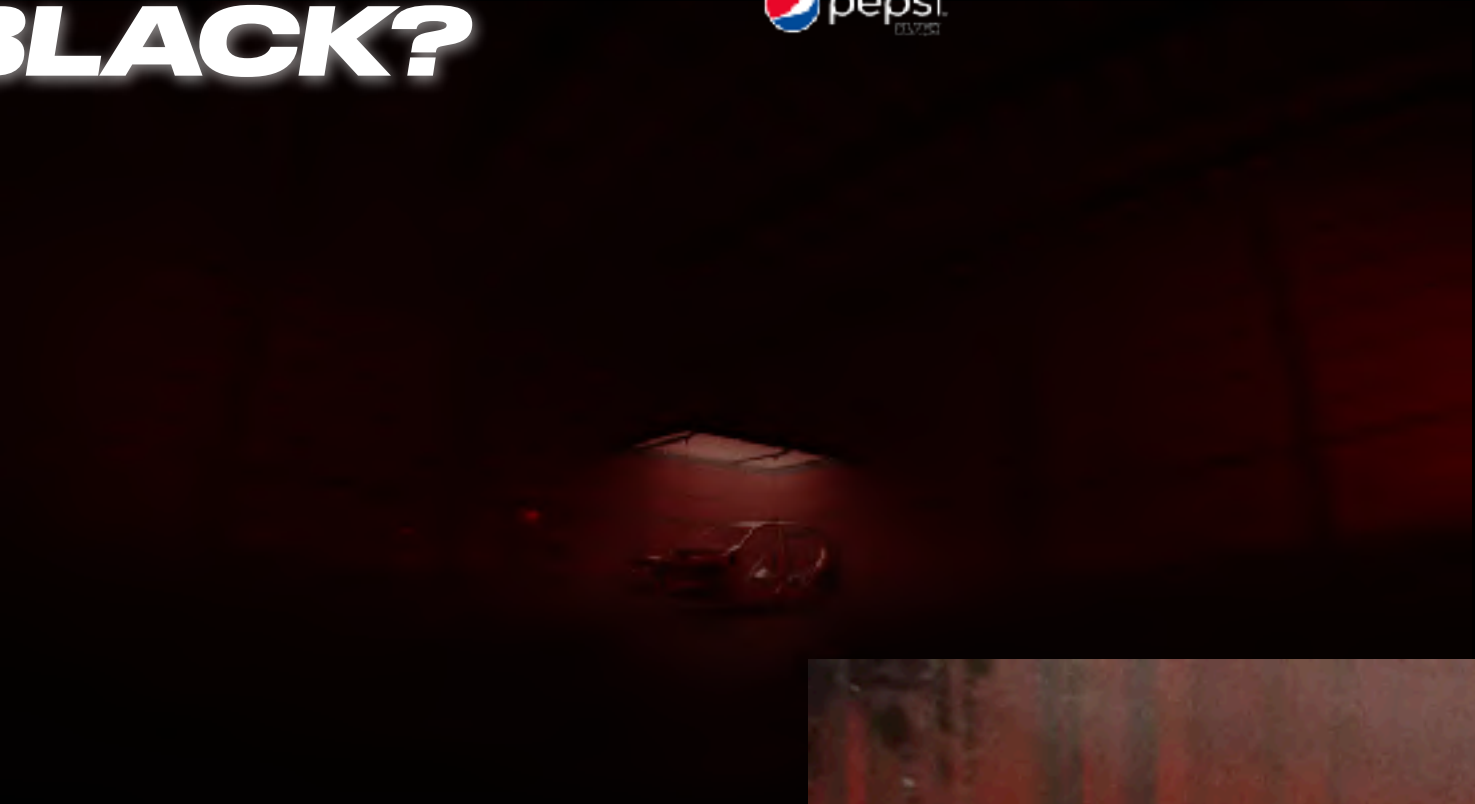
¿A QUÉ TE SABE?



¿A QUÉ TE SABE PEPSI BLACK?



THE WARNINGS



¿A QUÉ TE SABE PEPSI BLACK?



BREAKDANCERS

PLAN 9



¿A QUÉ TE SABE?

¿A QUÉ TE SABE PEPSI BLACK?



PLAN 9



BREAKDANCERS



¿A QUÉ TE SABE?



¿A QUÉ TE SABE PEPSI BLACK?



PLAN 9



TODOS JUNTOS



¿A QUÉ TE SABE?



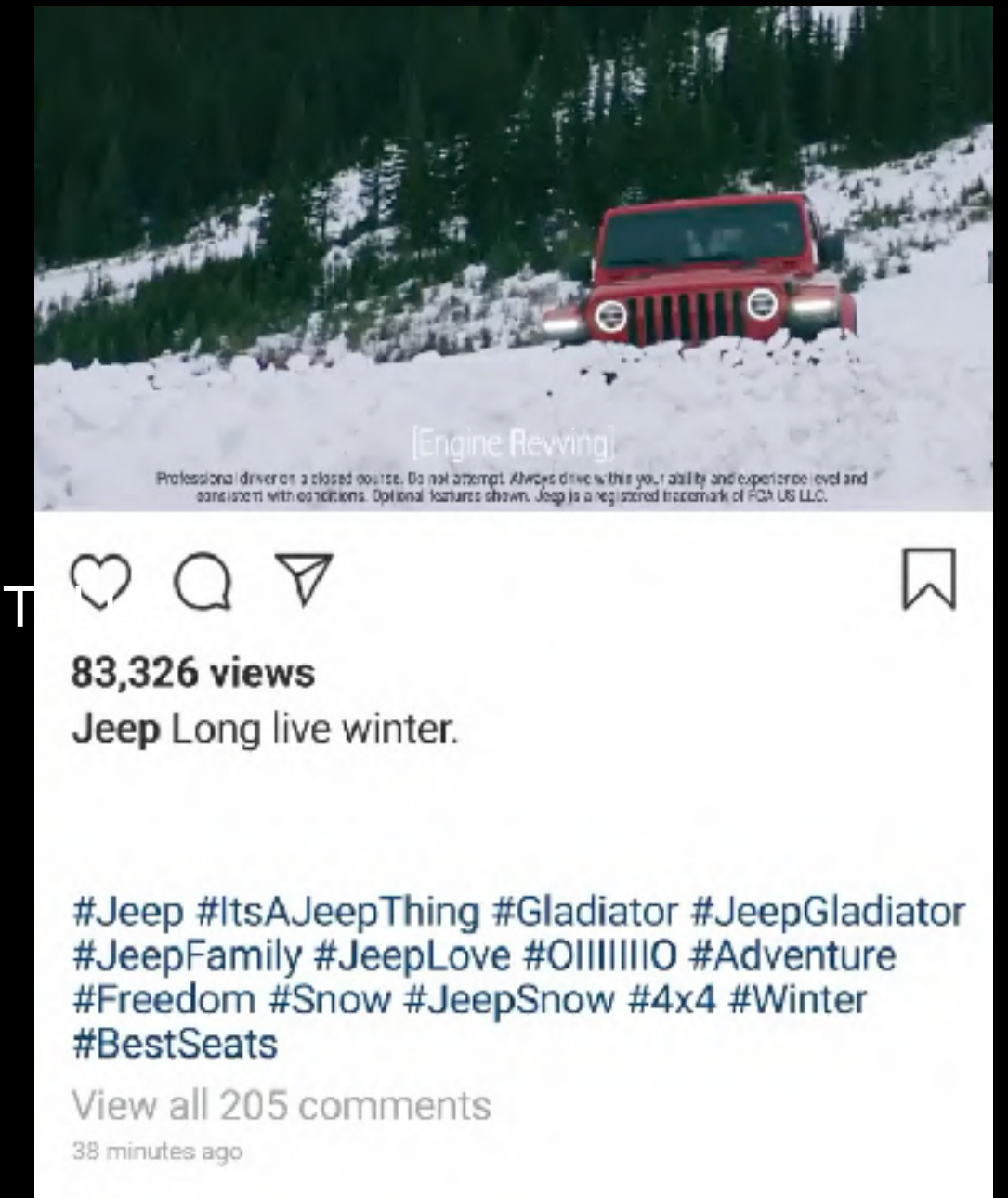
ME SABE A INTRINSECOS

Con una simple edición vamos a lograr engañar al espectador durante los primeros segundos simulando que es un post, pero en algún momento un super o algún elemento “saldrá” de la pantalla, simulando un efecto 3D.
 Más allá del Super que salga con *Clink Clink, Ahhh, Fizz*. Creemos que también podremos sumarle una sensación, algo que también esté alineado a la propuesta principal. Creemos que cada intrínseco debería tener el efecto de congelado en la pantalla. Es decir, que además del super saliendo, en ese mismo momento nuestra pantalla se congelará para reforzar el concepto, y sumarle un elemento visual atractivo.

PLAN 9



PONER REFERENCIA DONDE EL SUPER SALGA DE LA PANT



¿A QUÉ TE SABE?

RAFAGA DE STORIES

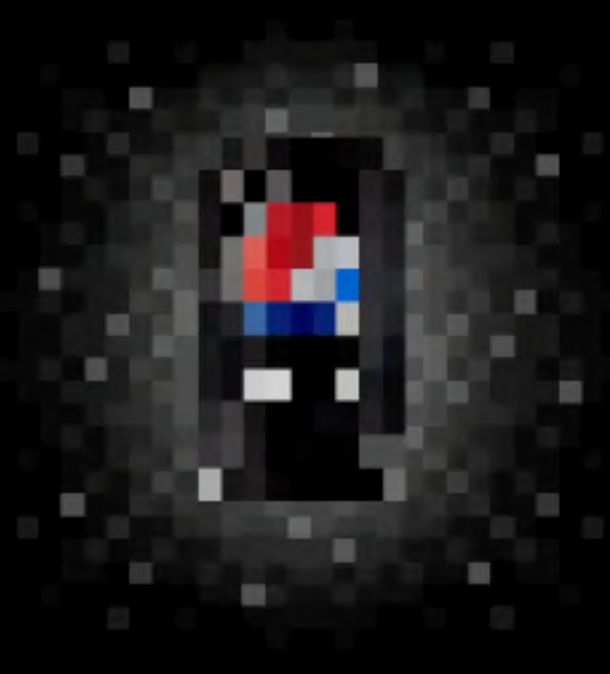
Tocar otra passion points es el objetivo de estos contenidos. Por lo tanto queremos retratar con estas rafagas de stories los distintos mundos donde Pepsi Black viva conceptualmente. Algunas de estas stories serán VFX, otras serán animación, otras POV. La diversidad de escenarios habla un poco de nuestro multiverso y las múltiples posibilidades donde una Pepsi Black puede estar y sentirse.



¿A QUÉ TE SABER?

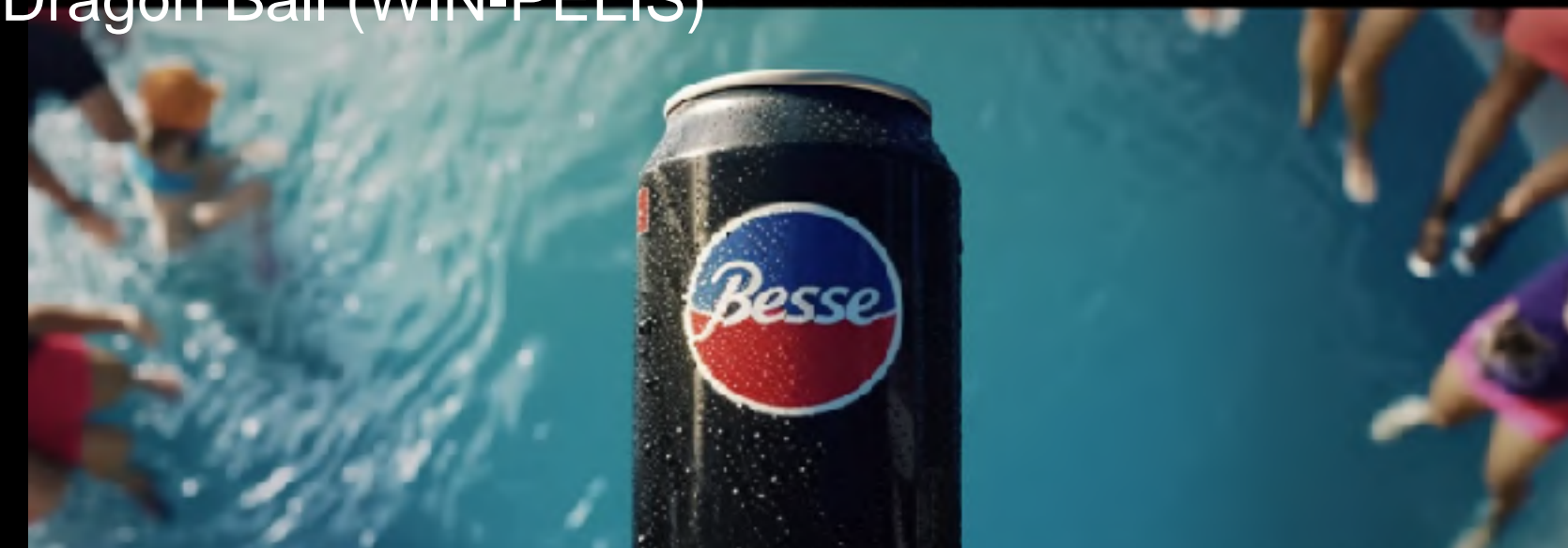
RAFAGA DE STORIES

PLAN 9



- Pepsi en refrigerador cerrado. La cámara se empieza a acercar lentamente a ella. (CHILL)
- Pepsi yendo a toda velocidad (PELIS)
- La lata flota en el aire sobre una pool party SET Rig a cámara (MUSIC)
- Lata es apoyada sobre un amplificador (MUSIC)
- Lata de PEPSI Bajo el agua llena de hielos (CHILL)
- Una lata de Pepsi en caída libre (PELIS)
- Pepsi Black en una mesa junto a una computadora (TECH)
- Una lata Pepsi Black con un error -glitch- al formarse (TECH)
- Aparece sobre un fondo como si fuese una alberca (PLAYA)
- Aparece una lata sobre un mini cooler (PLAYA)
- Flotando en la mitad del espacio (OUT OF THIS WORLD)
- Varias aperturas de lata de pepsi EN SETS VP
- Una lata en 8bit que se forma (WIN-GAMES)
- Una lata sostenida en animación tipo Dragón Ball (WIN-PELIS)

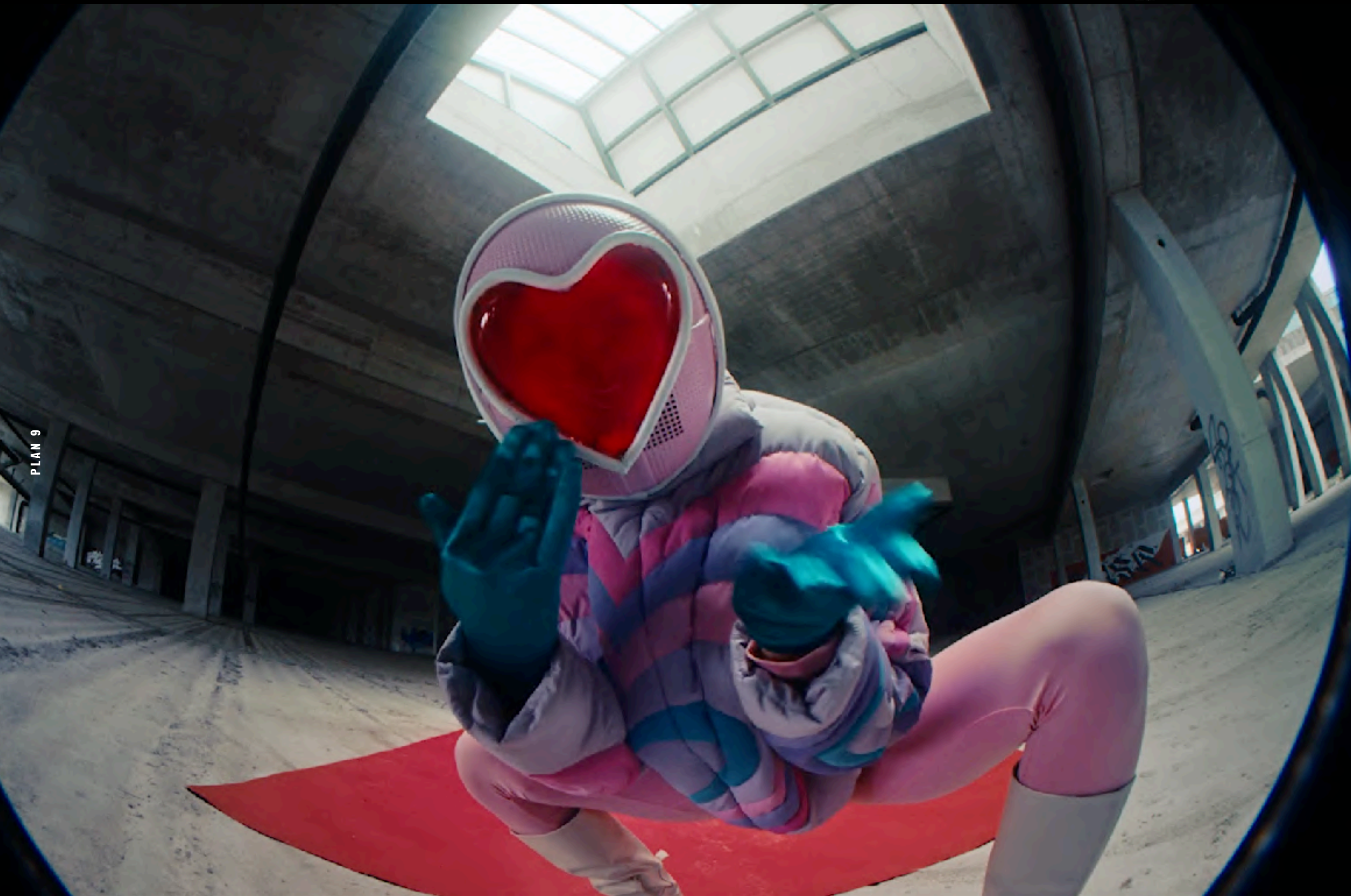
¿A QUÉ TE SABE?



CONCLUSIÓN

¿A QUÉ TE SABE?
PEPSI BLACK

¿A QUÉ TE SABE?



Queremos cerrar por decir que realmente disfrutamos la realización de esta propuesta y estamos seguros de que podríamos juntos lograr una pieza memorable y que no se vea como nada más. Quisiéramos que este apenas sea el punto de partida y podamos ajustar juntos los detalles necesarios para lograr una pieza impactante que logre capturar el sinnúmero de posibilidades sensoriales que imaginamos al probar una Pepsi Black. Estamos convencidos de que al fusionar música, visuales y sabor de una manera innovadora y emocionante, podemos crear un comercial que capte la atención del público y los invite a sumergirse en este increíble (y diferente) viaje multiversico.

Una vez más, gracias por confiar en nosotros y por brindarnos esta oportunidad única.

FIIIIINNNNNNNNN!!!!

MUCHAS GRACIAS
MUCHAS GRACIAS
MUCHAS GRACIAS
MUCHAS GRACIAS

