

## Nutriburger<sup>1</sup>

Marcelo MONTEIRO<sup>2</sup>

Alexandre CERVI<sup>3</sup>

Ana Carolina MARIMON<sup>4</sup>

Camila Solé ROCHA<sup>5</sup>

Gabriel Soares dos SANTOS<sup>6</sup>

Joice Moraes da SILVA<sup>7</sup>

Larissa Maria de Matos GUIMARÃES<sup>8</sup>

Alessandro Flaviano de SOUZA<sup>9</sup>

Aclyse de MATTOS<sup>10</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT

## RESUMO

O presente trabalho é a descrição da criação e produção do filme publicitário “Nutriburger”. O filme publicitário foi pensado e roteirizado na matéria de Criação e Redação Publicitária III e foi produzido na matéria de Produção Publicitária para TV e Cinema. O produto do filme publicitário é um hambúrguer de soja enriquecido com biomassa de banana. O filme publicitário foi feito em stop-motion com linguagem jovem e acessível. Buscou-se ressaltar os aspectos saudáveis e nutritivos do produto para que seja incentivada a compra, já que o produto Nutriburger seria novo no mercado.

**PALAVRAS-CHAVE:** publicidade; filme publicitário; hambúrguer de soja; Nutriburger; nutritivo.

## 1 INTRODUÇÃO

Os alunos do 6º semestre do curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda foram desafiados a criar e produzir um filme publicitário para um produto alimentício, como trabalho final de duas matérias. O processo criativo foi realizado na matéria de Criação e Redação Publicitária III, com orientação do Prof. Dr. Aclyse de Mattos. Já a produção em si foi realizada na matéria de Produção Publicitária para TV e Cinema, com orientação do Prof. Ms. Alessandro Flaviano de Souza.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Filme Publicitário, modalidade avulso.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: marmonteiro18@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: alx.cervi@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante concluinte do Curso Economia, email: carol.marimon@yahoo.com.br.

<sup>5</sup> Estudante concluinte do Curso Comunicação Social – Radialismo, email: camilasolerocha@gmail.com.

<sup>6</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: gabsoares\_@hotmail.com.

<sup>7</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: joicecmoraes@gmail.com.

<sup>8</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: Lariissa@hotmail.co.uk.

<sup>9</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social,, email: aleflaviano@gmail.com.

<sup>10</sup> Co-Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: aclyse@uol.com.br

O produto que o filme publicitário divulga é um hambúrguer de soja enriquecido com biomassa de banana verde de nome “Nutriburger”. O produto é fruto do projeto desenvolvido pelo curso de Ciência e Tecnologia de Alimentos da Universidade Federal de Mato Grosso. Os alunos deste projeto teriam que desenvolver um produto totalmente novo no mercado. Coube aos alunos do 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da mesma instituição realizar o planejamento de marketing e o filme publicitário de tal produto.

O filme publicitário possui 15 segundos de duração. A técnica utilizada na produção da peça publicitária foi a técnica de *stop motion*, que consiste em utilizar fotografias sequenciais para simular movimentos quadro-a-quadro.

## **2 OBJETIVO**

O produto “Nutriburger”, não é conhecido no mercado. Com público-alvo sendo homens e mulheres entre 18 e 29 anos (em sua maioria), pertencendo as classes A e B, consumidores de produtos a base de soja e praticantes de atividades físicas.

Foi realizada uma pesquisa quantitativa com esse público-alvo para descobrir quais as qualidades que ele procura em um produto e, a partir daí quais os atrativos que poderiam ser utilizados na campanha do Nutriburger para direcionar o filme corretamente a esse nicho de mercado. O questionário foi realizado nos locais onde concentrava-se este público, ou seja, academias, supermercados, lojas especializadas, empórios e restaurantes. Na pesquisa constatou-se que o público-alvo se interessa por um produto de alto valor nutricional, como fibras e vitaminas, e ressaltaram o fator decisivo no momento da escolha por alimentos/produtos considerados saudáveis na hora da compra. Na mesma linha, a maioria dos entrevistados afirmou que as informações nutricionais apresentadas pelos produtos são de extrema importância na escolha e comparação para a futura compra.

Logo, concluiu-se que o maior fator (a ser ressaltado na campanha) do Nutriburger é o seu diferencial nos quesitos nutrição e “saudabilidade”, quando comparado a seus concorrentes. Consequentemente, o filme publicitário foi feito com o objetivo de informar ao público que o Nutriburger continha importantes nutrientes, sendo considerado saudável e nutritivo. Pelo fato do público-alvo ser jovem e ter preferência pelo consumo via sanduíche/lanche, o filme publicitário foi pensado com o objetivo de passar uma mensagem

leve, despretensiosa e descontraída ressaltando seus diferenciais e a forma de consumo – preferencialmente escolhida por esse público-alvo como constatado na pesquisa.

### 3 JUSTIFICATIVA

A veiculação do filme publicitário “Nutriburger” seria na televisão e web. A tevê é um meio de massa. Ou seja, apesar de se ter um público-alvo bem definido, a propaganda não poderia excluir possíveis consumidores que veriam a propaganda. Ressalta-se que sua veiculação seria, em primeiro momento, em *breaks* de programas com imagem relacionada à saúde.

De acordo com Barreto (2004, p. 19), “(...) pode-se dizer que a tevê é, junto com o cinema, o meio que tem a vantagem de misturar os dois tipos de propaganda: propaganda para ver e a propaganda para ouvir.” Desta forma, a locução e trilha da propaganda procurou reforçar a mensagem que a parte visual transmitia – tanto a mensagem objetiva (qualidades nutricionais do produto) quanto a mensagem subjetiva (leveza e descontração).

Optou-se pela escolha do *stop motion* pelo custo ser relativamente baixo e pela mensagem visual provocar grande impacto em quem assiste. O *lettering* utilizado também foi escolhido pelo grande impacto que a mensagem passa e por se complementar com o áudio. “*Lettering* é legenda. Legenda é um caminho escrito que, como o narrador, complementa a história.” (BARRETO, 2004, p. 92). A escolha da trilha foi um jazz animado dos anos 50. Barreto (2004) diz que a trilha deve ter razão para existir. Tal trilha foi escolhida para enfatizar o tom descontraído do vídeo.

### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O processo de realização do comercial do Nutriburger foi realizado em cinco etapas, sendo elas:

1) *Brainstorming* sobre as possíveis linguagens, cenas e objetos cenográficos, levando em conta a delimitação do tempo (15 segundos), e por fim a ideia estabelecida sendo *stop motion*.

2) Realização do roteiro e *storyboard*, elencando as principais cenas, *lettering*, e texto a ser narrado incluindo entonações e slogan, ressaltando que estes dois primeiros

processos aconteceram nas aulas da matéria de Criação e Redação Publicitária III, disponibilizadas e orientadas pelo professor que então a ministrava.

3) Pré-produção<sup>11</sup>, envolvendo desde a compra de materiais, escolha dos objetos cenográficos (pratos, *leterrings*, toalha, hambúrgueres, pães, salada...), manipulação destes, iluminação e câmera até o desenvolvimento de uma embalagem.

4) Produção das fotos em si, junto ao estúdio localizado no Instituto de Linguagens da Universidade Federal de Mato Grosso, armazenamento destas imagens e áudio, produzido no estúdio de Radialismo desta mesma instituição.

5) Por fim, e não menos importante, a edição e a pós-produção, realizando a escolha e manipulação das imagens, sincronizando imagem – locução – trilha; feito este acontecido em uma das aulas de Produção Publicitária para TV e Cinema, disponibilizada pelo professor que a ministrava.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

**Título:** NUTRIBURGUER

**Duração:** 15’’

<b>VÍDEO – Stop motion</b>	<b>ÁUDIO</b>
[Plongée] Prato vazio sob toalha xadrez, aparecendo ingredientes um a um.	[Loc. off]: Sabia que hambúrguer pode ser nutritivo?
[Plongée] O hambúrguer forma-se no prato com os ingredientes e abre aparecendo o hambúrguer.	[Loc. off]: Chegou NUTRIBURGUER!
[Plongée] Placa com a palavra “vitaminas” surge de cima para baixo	[Loc. off]: Fonte de vitaminas
[Plongée] Placa com a frase “fibras” entra em cena e desaparece.	[Loc. off]: Fibras

<sup>11</sup> A ficha de pré-produção pode ser conferida no apêndice deste trabalho, págs. 7 e 8.

[Plongée] Placa com a palavra “ômega” surge de baixo para cima enquanto no hambúrguer aparece os números “3” e “6”. Placa desaparece.	[Loc. off]: Ômega 3 e 6
[Plongée] Placa com a palavra “proteína” surge de baixo para cima enquanto o hambúrguer triplica aos lados. Placa desaparece.	[Loc. off]: E proteínas, até três vezes mais que a carne!
[Plongée] Surge no hambúrguer flechas de cima para baixo intercaladas (feitas com maionese) desaparece. Flecha curvilínea surge na parte superior do hambúrguer e o mesmo gira em sentido horário. Desaparece flecha	[Loc. off]: Diminuir os níveis de colesterol ruim, e otimiza o metabolismo.
[Plongée] Hambúrguer se monta novamente e desaparece. Surge a embalagem no prato (packshot) e a mesma movimenta-se.	[Loc. off]: NUTRIBURGUER: o seu hambúrguer de soja.

O filme publicitário do produto Nutriburguer foi veiculado apenas em forma de apresentação nas matérias descritas acima e na feira “Experimente” realizada pelos alunos de Ciência e Tecnologia em alimentos, que desenvolveram e produziram o hambúrguer. A feira aconteceu na Universidade Federal de Mato Grosso, disponibilizando o produto para degustação dos participantes da feira. O filme até o momento não foi veiculado nos meios descritos no projeto, da mesma forma que o produto ainda não foi comercializado.

## 6 CONSIDERAÇÕES

A interdisciplinaridade do projeto foi de extrema importância para o aprendizado dos alunos de forma geral. Os alunos do grupo aprenderam muito sobre os processos criativos, a forma de contar uma história e o roteiro em si na aula de Criação e Redação Publicitária, da mesma forma que aprenderam muito sobre pré-produção, técnicas de filmagem, edição e pós-produção na matéria de Produção Publicitária para TV e Cinema.

Ambos os professores orientadores souberam se comunicar bem e fazer um projeto integrado, sem que houve nenhum tipo de atrito. E, o mais importante, souberam passar essa integração e sintonia para os alunos, o que possibilitou uma boa produção e execução do filme publicitário.

São trabalhos como esse que tornam possível a prática da matéria, aplicando a teoria aprendida em sala de aula.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BARRETO, T. **Vende-se em 30 segundos**: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004. 136 p.

## APÊNDICE

Código/ficha/strips análise  
técnica:

Data: 03/02/2015

### FICHA DE ANÁLISE TÉCNICA

Int/dia:03/fev

<b>Projeto VT Nutriburguer</b>		<b>01</b>
PRODUTORA	TÍTULO DA PRODUÇÃO	NÚMERO DA FICHA DE ANÁLISE TÉCNICA
<b>Estúdio A</b>		<b>IN</b>
NÚMERO DA CENA	SET (Scene name na nomenclatura do Singleton)	INT. ou EXT.
<b>VT publicitário</b>		<b>DIA</b>
DESCRIÇÃO	DIA ou NOITE	
<b>COS/IL/UFMT</b>		<b>1/2</b>
LOCAÇÃO	CONTAGEM DE PÁGINAS	

## FICHA DE ANÁLISE TÉCNICA

<p><b>DIREÇÃO</b></p> <p>Marcelo Monteiro</p> <p>. Planta Baixa . Detalhamento das marcações de cena, planos (enquadramentos) e movimentos de câmera.</p> <hr/> <p><b>Direção de Atores/Elenco</b></p> <p>Ana Carolina Marimon</p> <hr/> <p><b>CÂMERA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Câmera 1 Alexandre Cervi</li> </ul> <hr/> <p><b>PÓS-PRODUÇÃO</b></p> <p>Camila Solé Rocha Marcelo Monteiro</p> <p><u>Equipamentos Necessários</u> Ilha de edição Banco de dados de efeitos sonoros Banco dados de músicas</p>	<p><b>FOTOGRAFIA</b></p> <p><u>Equipamentos necessários</u></p> <p>Uma câmera Um tripé de câmera Dois focos de luz Dois tripés de iluminação Um rebatedor</p> <hr/> <p><b>DIREÇÃO DE ARTE</b></p> <p>Alexandre Cervi Larissa Guimarães</p> <p><u>Equipamentos necessários</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesa</li> <li>- Prato branco raso e grande</li> <li>- Toalha xadrez verde e branca</li> <li>- Ferro de passar</li> <li>- Garfo e faca</li> <li>- Seis hambúrgueres</li> <li>- Bisnaga de maionese</li> <li>- Alface e tomate</li> <li>- Pães de hambúrguer</li> <li>- Queijo muçarela</li> <li>- Palito de churrasco</li> <li>- Palito de dente</li> <li>- Fita crepe</li> <li>- Plaquinha de papel</li> </ul>	<p><b>PRODUÇÃO</b></p> <p>Gabriel Soares</p> <p><b>Ass. Produção</b></p> <p>Camila Solé Rocha Joice Moraes</p> <p><u>Elementos necessários</u></p> <p>Três murais Tablado para cena Toalha xadrez Tesouras Guardanapo Fita crepe</p> <hr/> <p><b>DEPARTAMENTO DE SOM</b></p> <p>Captação Efeitos sonoros e música</p> <p>Camila Solé Rocha</p> <p><u>Equipamentos necessários</u></p> <p>1 microfone comum</p>
--	---	--