



Filme publicitário criado para o lançamento do produto "Maxi Goiabinha" da Bauducco.¹

Everton Ramos Rodrigues²

ISCA - Instituto Superior de Ciências Aplicadas

¹ Trabalho apresentado ao Exocom, na Divisão Temática de Publicidade e Propaganda, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Estudante do 5º semestre do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do ISCA Faculdades de Limeira-SP. E-mail: evertonrodrigues@gmail.com



Resumo



O filme publicitário “Maxi Goiabinha: Confissão” relata de modo dramático e irreverente a situação delicada de um católico pecador em sua difícil tarefa de se confessar com o vigário da paróquia, criado com o intuito de divulgar o lançamento do produto "Maxi Goiabinha" da Bauducco. Com o slogan "Tudo que é bom não tem hora", mostraremos uma cena inusitada onde, até nesta ocasião, surge a vontade de comer uma "Maxi" Goiabinha".

Palavras-chave

Bauducco ; Maxi ; Goiabinha ; Filme ; Publicitário

Corpo do trabalho



O conceito criativo usado para a produção dessa peça se baseia num tom de suspense que, posteriormente, se desenrola para um desfecho humorístico. Utilizando figuras caricatas de um cotidiano não tão mais atual, mas que é bem compreendido pelo público alvo (como o uso de um confessionário antigo, quase extinto na maioria das igrejas) o filme afirma o fato de que “tudo que é bom não tem hora” quando exhibe o próprio padre consumindo a Maxi Goiabinha, ou seja, não importa o momento, nem o lugar e nem a posição social da personagem, o mais importante é sentir o fantástico sabor dessa prática barrinha recheada da Bauducco.



A escolha desse contexto para a produção do filme se deu por ser uma cena de fácil visualização e assimilação, pois já é quase um “clichê” usado em dezenas de filmes e desenhos animados. A personagem católica simboliza o pai de família, que compra produtos de qualidade para seus filhos, mas que também se deixa levar pelo sabor bauducco e não resiste em pegar uma das barrinhas da lancheira de seu filho.

O padre é uma figura conhecida da sociedade brasileira, responsável, bom ouvinte e conselheiro dos católicos. No filme ele também se rende ao sabor Bauducco e acaba consumindo uma Maxi Goiabinha dentro do próprio confessionário.



Os 3 *takes* da cena introdutória são compostos pela assinatura da empresa (Bauducco) e o título, que servem para criar um ambiente de história a ser narrada, preparando o público para um enredo, um caso a ser contado. As captações mostram a fachada da igreja e o personagem católico adentrando pela mesma. A trilha é de som ambiente mixada com ruídos de canto lírico, para contextualizar mais a cena do interior de uma igreja.



Os 4º e 5º *takes* servem de transição para o início das falas, onde se desenrola todo o relato do católico. O logotipo se mantém no canto superior esquerdo para reforçar a marca. A personagem caminha pela igreja e se dirige até o confessionário, onde se ajoelha. O som é ausente para criar expectativa ao público.



A partir do *take* 6, o logotipo sai e a confissão propriamente dita do católico começa. A trilha usada como tema para esse relato é "*The March Of The Black Queen*" da banda inglesa "*Queen*", uma canção que começa apenas no piano, num tom sóbrio e triste.



Até o 9º *take*, acontece a narração do pecado cometido pelo católico, havendo algumas mudanças de ângulos de câmera entre os *takes* para tornar a cena mais dinâmica. O padre, por sua vez, não aparece na tela, apenas se faz presente por murmúrios estranhos (Onomatopéia – Huuuuuuu, Uhuuuu, Humm). A trilha continua com o instrumental de suspense do piano.



No *take* 10, o católico percebe o relapso e a indiferença do padre para com a sua confissão, ficando desconfiado. A trilha musical de piano vai chegando ao seu ápice de

suspense.



No último *take*, o católico se levanta e vai em direção à cortina que cobre o vigário em seu confessionário. Ao abri-la, se depara com o padre comendo uma Maxi Goiabinha e que, pego em flagrante, se surpreende e “sopra” o que está em sua boca. O *take* começa com o texto inserido no vídeo “Tudo que é

bom...” e termina com o texto “não tem hora”, para concluir todo o conceito do filme. A trilha sonora é quebrada em sua regularidade anterior por um vocal gritante que causa impacto à cena e ajuda a compor o tom humorístico desejado no objetivo de produção da peça.



Referências bibliográficas

LAPIDES, Alan. O Comercial de Televisão - O Planejamento e Produção. São Paulo, Bossa Nova Editora, 2006.