

+++++

COPYWRITING & REDAÇÃO PUBLICITÁRIA
COM RAFAEL BORNA



+++++

ENFIM, O ROTEIRO PUBLICITÁRIO

+ + + + +

ROTEIRO PUBLICITÁRIO - PARTE 1

~~Bons conceitos~~

~~Bons títulos~~

~~Bons textos~~

~~Boas ideias~~

Bons roteiros

Bônus: projeto pessoal

+++++

**O COMERCIAL, OU COMO FALAMOS, FILME
(PUBLICITÁRIO), É O GRANDE ASSET DA
PROPAGANDA. E, CLARO, DA
COMUNICAÇÃO.**

+++++

Todo filme publicitário quer passar uma mensagem para o seu público.

+++++

CÊ JURA, PROF???

+++++

Mas essa mensagem pode ser passada de um jeito óbvio, sem graça ou com uma ideia.

+++++

**E a ideia que vai ser a forma criativa de passar a
mensagem.**

+++++
Em qualquer meio de comunicação.

+++++
UM TÍTULO CRIATIVO TEM UMA IDEIA.

+++++

UM TEXTO CRIATIVO TEM UMA IDEIA.

+++++

UM FILME CRIATIVO TEM UMA IDEIA.

+++++

É O FILME PUBLICITÁRIO QUE DIFERE O
REDATOR DO JORNALISTA.

+++++

É O FILME PUBLICITÁRIO QUE DIFERE O
REDATOR DO ESCRITOR.

+++++

É O FILME PUBLICITÁRIO QUE DIFERE O
REDATOR DO DIRETOR DE ARTE.

+++++

**E DA MESMA FORMA QUE
DESCONSTRUÍMOS O QUE O REDATOR
PUBLICITÁRIO FAZ, VAMOS DESCONSTRUIR
O FILME PUBLICITÁRIO CONVENCIONAL.**

+++++

DESCONSTRUINDO O COMERCIAL DE TV



trivago®



+++++
Claro

Vá até uma loja Claro • 0800 720 1234

claro.com.br/novo



+++++

Criar um filme estilo Trivago ou Claro, todo mundo aprende com pouco tempo de profissão.

+++++

Fazer algo menos óbvio, que tenha um raciocínio ou conecte as pessoas de uma forma emocional é o que faz de vocês **redatores criativos.**

+++++

Fazer algo menos óbvio, que tenha um raciocínio ou conecte as pessoas de uma forma emocional é o que faz de vocês **redatores criativos (ou não).**

+++++
PERCEBAM A DIFERENÇA:



+++++

Lembram do conceito?

+++++

Agora reparem no conceito das duas campanhas.

HOTELS.COM - THE OBVIOUS CHOICE.

X

TRIVAGO - HOTEL? TRIVAGO.

+++++

Dois filmes de interlocutor. Um baseado em um raciocínio, em uma ideia (a escolha óbvia/capitão óbvio) e o outro em atributo de produto.

+++++

Sabem o que é Capitão óbvio?

+++++
Storytelling.

++++
VAMOS VER AS OUTRAS?

+++++

FILME COM IDEIA E HUMOR.



+++++
Paródia.



+++++
Exagero.



+++++
Piada boa.



+++++
Zoar alguém



+++++

Recurso visual

+++++

Recurso visual + verdade cotidiana

+++++

Pausa para o café

+ + + + +

ROTEIRO PUBLICITÁRIO - PARTE 2

+++++

~~Pausa para o café~~

+++++

FILME COM IDEIA PARA EMOCIONAR.



+++++

Verdade com virada.



+++++
História real que emociona.



+++++

História baseada em fatos reais.



+++++

História incrível com imaginário de um terceiro.

+++++
FILME QUE GERA TENSÃO, DRAMA.



NOTES

The following scenes have not been manipulated.
Discretion is advised.

+++++

Drama da vida real na virada do filme.



+++++

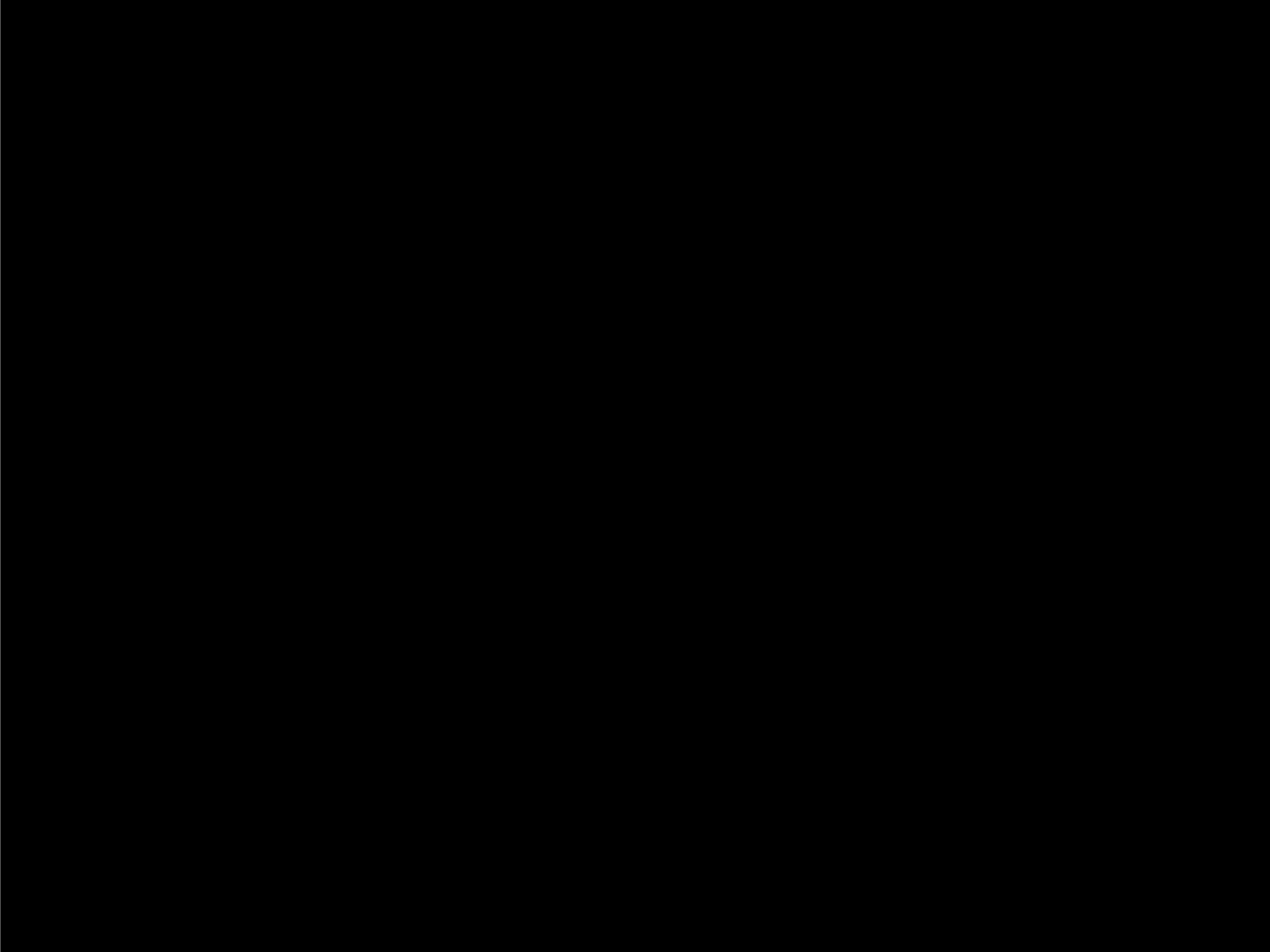
Definição perfeita de conceito da marca + tensão.

+++++

Textão, textão, textão.

+++++

FILME COM IDEIA NONSENSE.



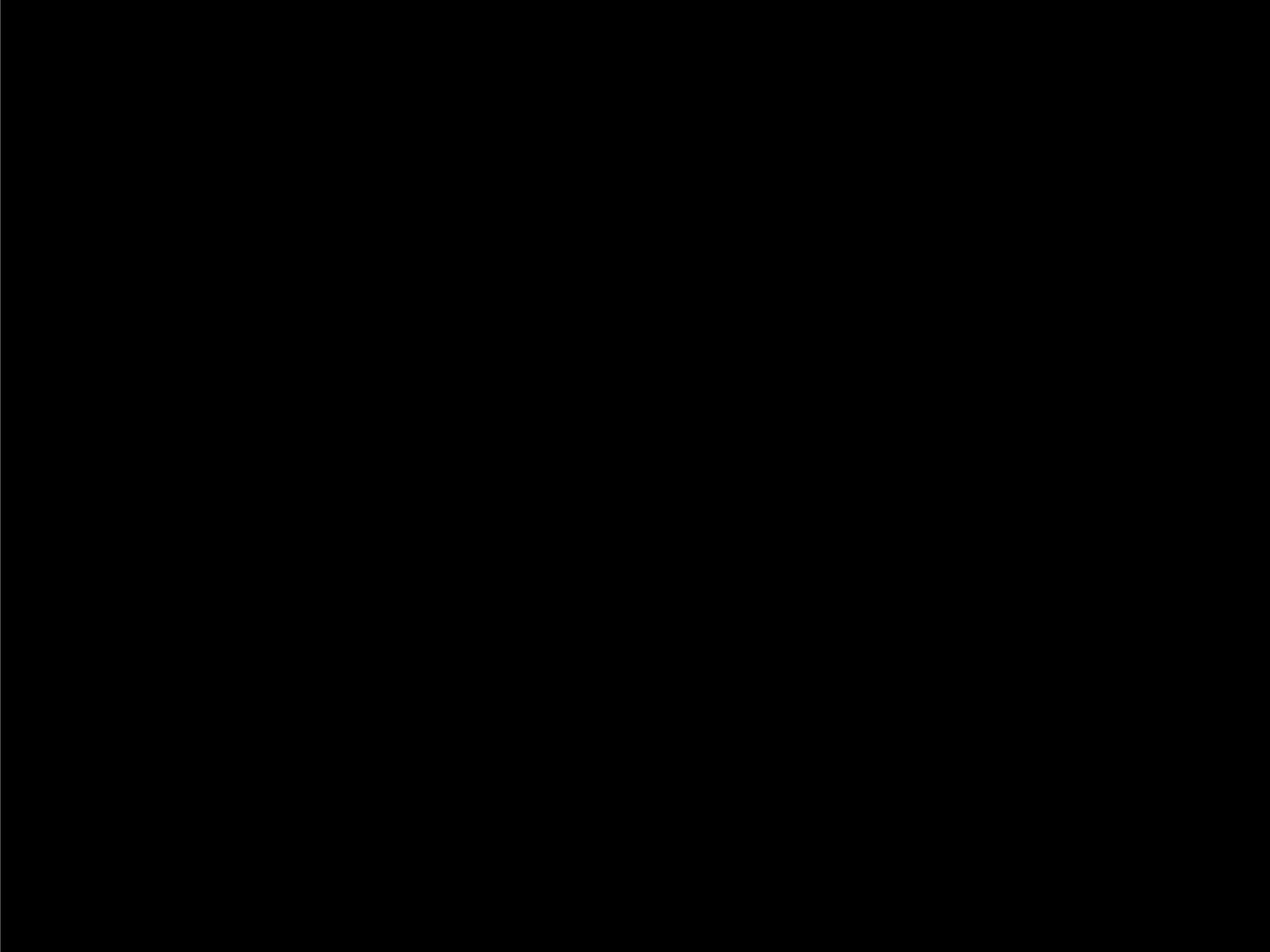
+++++

Nonsense com história mitológica.

+++++

Nonsense com inspiração.

+++++
FILME COM INTELIGÊNCIA, RACIOCÍNIO.



+++++

Raciocínio puro com virada no fim.

+++++

Inteligência com fato/verdade cotidiana.



+++++

Pausa para o café

+++++

ROTEIRO PUBLICITÁRIO - PARTE 3

+++++

Volta do café e vamos para a última parte.

+++++
FILME SUPER PRODUÇÃO.



+++++

Verdade + exagero + grana, muita grana.



+++++

Paródia Rycaaa

+++++

FILME COM IDEIA ANDDDDDD LOW BUDGET.



+++++

Low Budget com ideia



+++++

Low Budget com ideia 2



+++++

FILME COM IDEIA NO CRAFT.

+ + + + +

Craft = Habilidade



+++++

Craft de texto

+++++

Craft da porra toda

Referências

+ + + + +

<https://www.lovethehework.com/>

<http://labomboneracriativa.blogspot.com/>

<https://www.bestadsontv.com/>

Sites de boas produtoras

[https://www.youtube.com/playlist?](https://www.youtube.com/playlist?list=PLu9lEUiUQjOnL2CbBdNwqb2HG2hKLMAKR)

[list=PLu9lEUiUQjOnL2CbBdNwqb2HG2hKLMAKR](https://www.youtube.com/playlist?list=PLu9lEUiUQjOnL2CbBdNwqb2HG2hKLMAKR)

+++++

Espero que tenham gostado. Até a próxima.
@rafael.borna

Exercício:

+++++

Escolher um comercial brasileiro criativo e falar qual tipo de comercial ele é (humor, super produção, craft de x, etc)

Exercício 2: criar um comercial de Skittles usando mitologia.