

+++++

COPYWRITING & REDAÇÃO PUBLICITÁRIA
COM RAFAEL BORNA



+ + + + +

O QUE É COPY CRIATIVO?

+++++

Intro.

+++++

Agora que vocês já sabem todo o tipo de copy que um redator faz, vamos aprender a fazê-los. Mas antes disso, vamos falar do tipo de copy mais difícil: o copy criativo (headline).

+++++

**Afinal, quem faz um bom copy criativo, faz
qualquer tipo de **copy**.**

uhhhhhhh!

+++++

Antes de entrar no assunto do tópico, vamos falar de uma coisa mais importante.

+ + + + +

DESCONSTRUINDO O PAPEL DO REDATOR

+++++

O QUE ESPERAR DE UM REDATOR PUBLICITÁRIO?

Escrever certo X escrever bonito

É ESCREVER BONITO
É ESCREVER COM
INTELIGÊNCIA.





SE A SUA MÃE
ESTIVESSE
COM DOR
DE CABEÇA
NAQUELE DIA,
VOCÊ NÃO
EXISTIRIA.

Homenagem de Aspirina® ao Dia das Mães.



ASPIRINA®

Nem todo mundo que voa
precisa dormir
em posição desconfortável.

© 2011 United

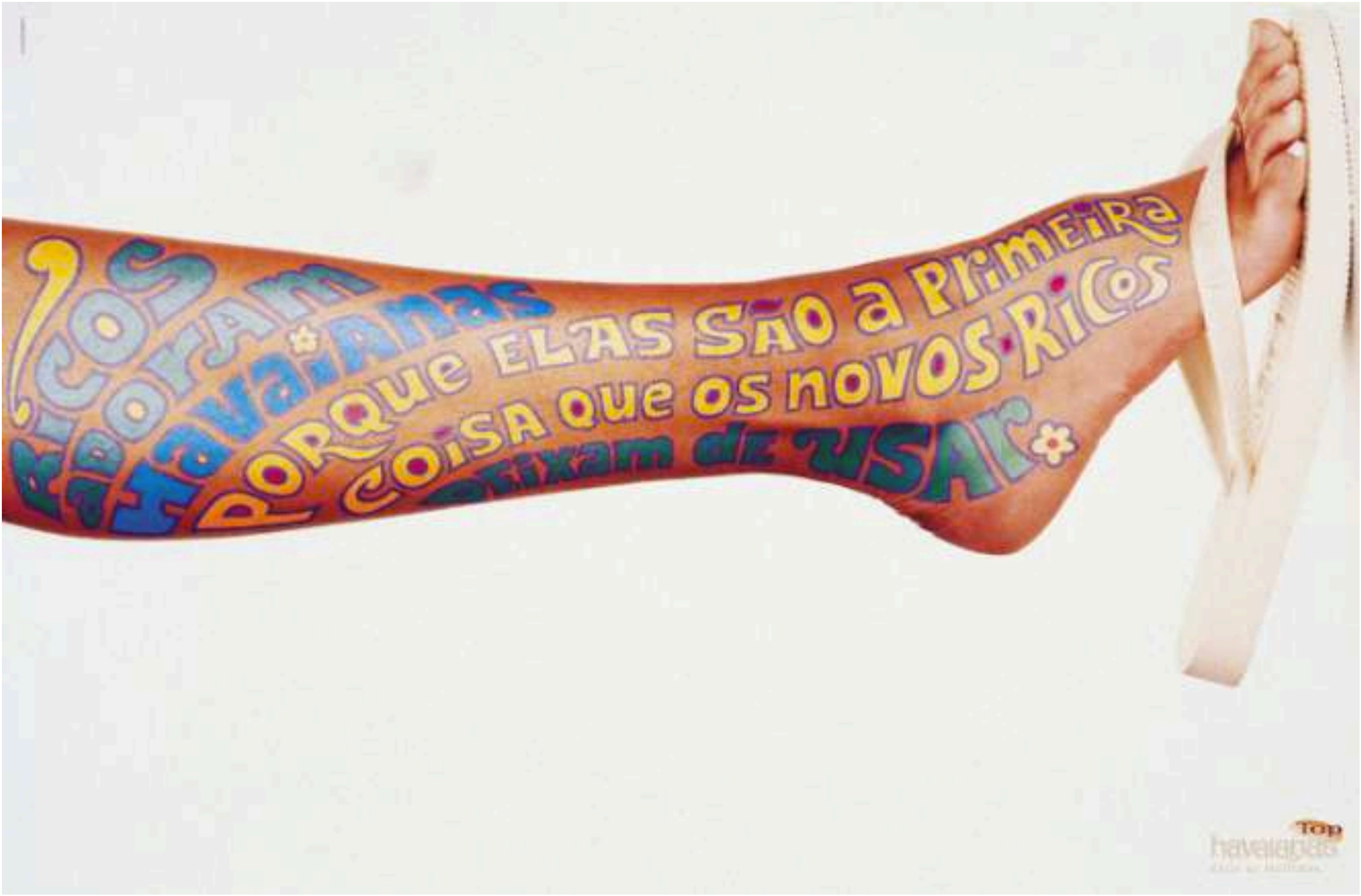
Voar United®: poltronas que se transformam em camas totalmente horizontais com 7 metros de comprimento na United First® dos nossos espaçosos Boeings 777. Até 12 centímetros a mais de espaço entre poltronas na Economy Plus®. Mas o conforto não pára aí: transporte gratuito de casa até o aeroporto para passageiros da United First® e United Business®. Conexões para a maioria das cidades americanas. Mais de 1500 vãos diretos para os 5 continentes. Mais de 700 destinos em 120 países, através de nossos parceiros da Star Alliance™. E você ainda acumula milhas para voar de graça pela United e suas parceiras, inscrevendo-se no Mileage Plus®. Faça uma escala no nosso site, ligue 0800-162322 ou consulte seu agente de viagens.

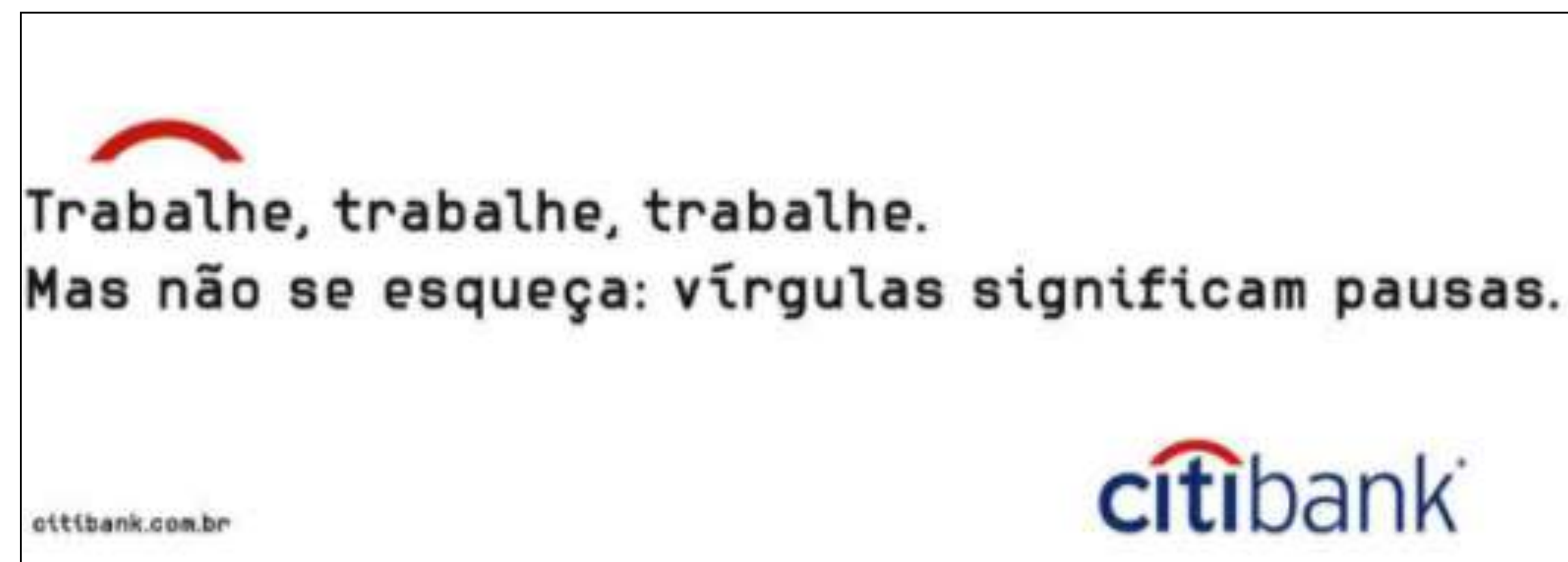
WE ARE  UNITED

A STAR ALLIANCE MEMBER 

***SERIEDADE DE JORNAL
COM VELOCIDADE DE BOATO.***

CBN 1180_{AM}. A RÁDIO QUE TOCA NOTÍCIA.







TV
FOLHA

NÃO É QUALQUER
PROGRAMA QUE
TE MANTÉM NO SOFÁ
E TE TIRA DA ZONA
DE CONFORTO
AO MESMO TEMPO.

Prepare-se para algo que você
não está acostumado a ver na TV
aos domingos: reportagens,
serviços, crítica, opinião, cultura
e os assuntos que vão estar na Folha.
TV Folha. Todo domingo.
às 19:30 na TV Cultura.

tvfolha

Todo domingo, às 19h30, na TV Cultura.

**ESCREVER BONITO
É ESCREVER
FOFO.**





*Se você engordar comendo este pão,
existem duas explicações: ou é menino, ou é menina.*



Chegou Pullman Plus Vita Light.

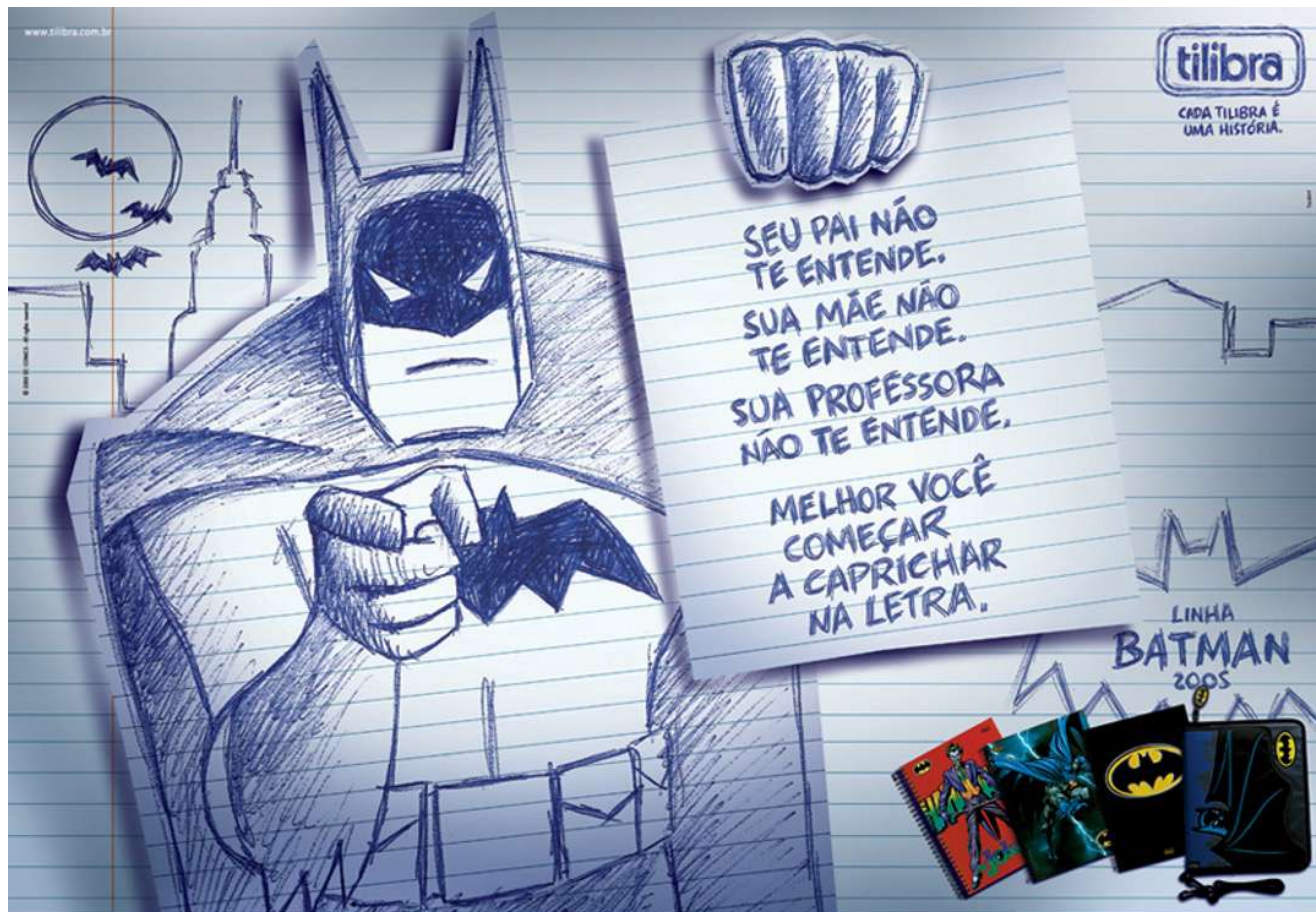
Uma saborosa linha de pães especiais com 0% de gordura e 0% de adição de açúcar.

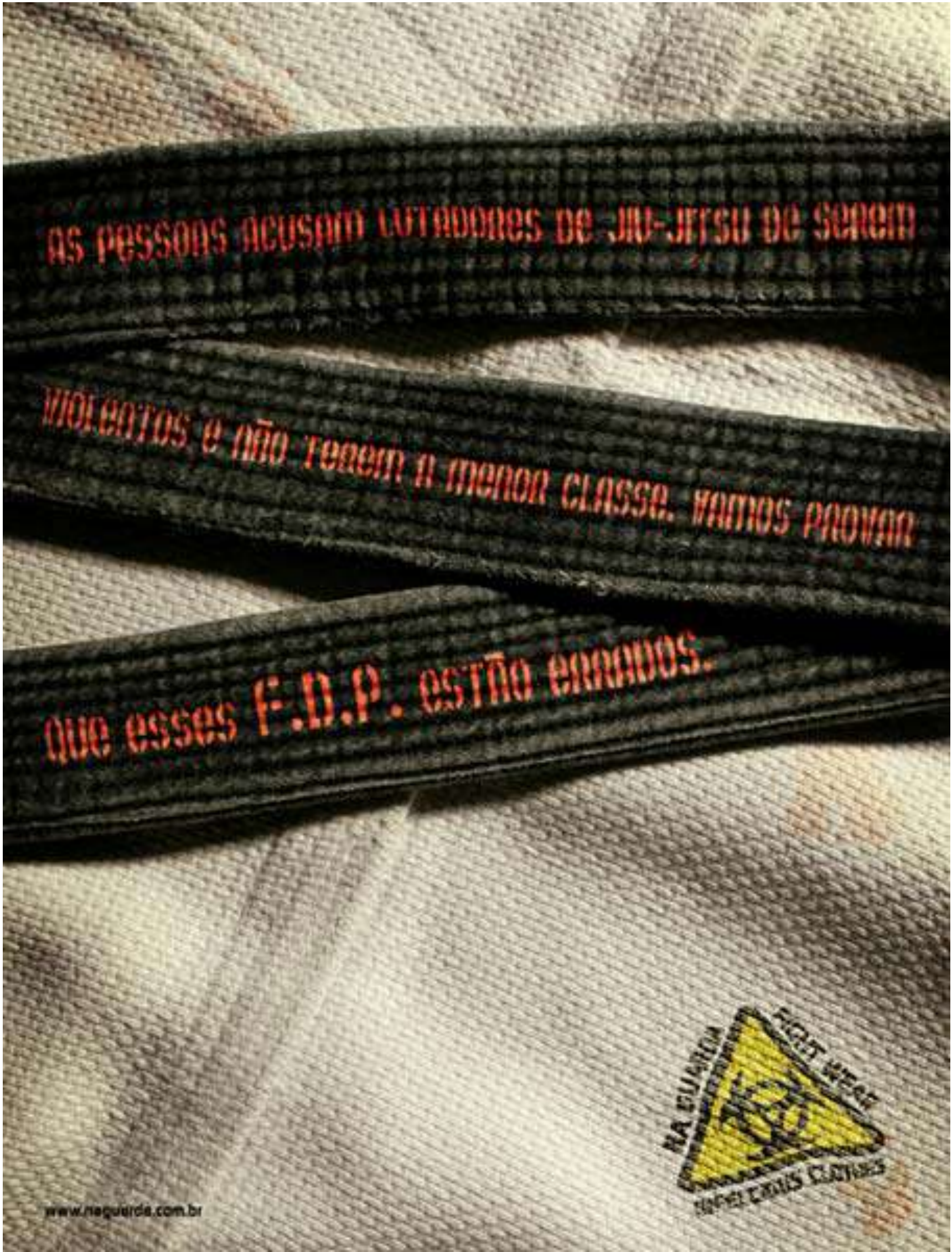
Os pães da linha Plus Vita Light são feitos com puro óleo de girassol e estão disponíveis nas versões Integral, Cenoura, Centreio, Iogurte, Forma, Soja, Aveia e 7 Grãos.

Experimente Pullman Plus Vita Light. Mais sabor. Mais vida.

PlusVita
PULLMAN

**ESCREVER BONITO
É ESCREVER COM
HUMOR.**





Um dos reis
magos deu ouro
no Natal,
mas ele era rei.
E mago.

Neste fim de ano,
aplique seu
13º no Banespa.

banespa
 Grupo Santander Banespa

TEM
A GRIPE
DO FRANGO.
DO PORCO
E, SE VOCÊ
DESCUIDAR,
A DO
BURRO.



ANTES DA FAMA,
JENNIFER ANISTON
ERA RECEPCIONISTA.

MARIAH CAREY
ERA RECEPCIONISTA.

FAITH HILL
ERA RECEPCIONISTA.

DEVE DAR SORTE, HEIN?

A Fallon, uma das melhores agências de publicidade do país, está precisando de **receptionistas**. Se você é universitária, fala inglês e tem disponibilidade para trabalhar meio período, envie currículo e foto para o e-mail fallonpma@fallon.com.br.

Fallon





+++++

RESUMINDO: ESCREVER BONITO

É SAIR DO ÓBVIO, MAS COM PROPÓSITO.

+++++

Lembre-se sempre: publicidade não é texto erudito. É inteligência, humor, mela-cueca, mas com objetivo de vender, seja por meio da emoção, do humor, da inteligência.

**E PARA ESCREVER ESSE TIPO DE TÍTULO
PRECISAMOS DESENVOLVER NOSSO
CRITÉRIO CRIATIVO.**

+++++

Como saber o que é legal e o que não é?

+++++

Como saber o que é legal e o que não é?

Referências.

+++++

Via de regra, sigam as grandes marcas e as grandes agências. Lá vocês vão achar bons títulos, boas ideias, bons conceitos.

+++++

Mas mais do que isso, sigam grandes redatores.

+++++

Mas vamos falar mais disso na próxima aula.

+ + + + +

TIPOS E MODELOS DE TÍTULOS.

+++++

Título X All type

+++++

Como o próprio nome diz, *All type* é um anúncio que é só letras, sem imagens.

+++++

No entanto, um anúncio pode ter só texto e não ser um *All type*.

[illegible]

+++++

**Por mais que o anúncio seja só de letras,
a ideia, a mensagem, tá na **imagem**.**

+ + + + +

Título X All type

+ + + + +

Título X **All type**
Frase X **Título**

+++++

**UM TÍTULO PUBLICITÁRIO É MAIS QUE
UMA SIMPLES FRASE. É UM RACIOCÍNIO.**

+++++

Jogo de palavras

Fazer pensar

Rir

Emocionar

Repetição

E claro: menos é mais.

+++++

Trocadilho X Duplo sentido X jogo de palavras

+++++

Jogo de palavras.



+++++

Duplo sentido.



+++++

Trocadilho.



++++ Trocadilhos.

Infelizmente, ficaram para trás. Serve como piada, mas raramente como um título publicitário. Como exercício, vale escrever pra tirar da cabeça, mas apenas para isso.

+++++

Dois (três, quatro, cinco,...) tempos.

**Surf não dá dinheiro como futebol.
Mas nossas loiras gostam da gente de verdade.**

+++++

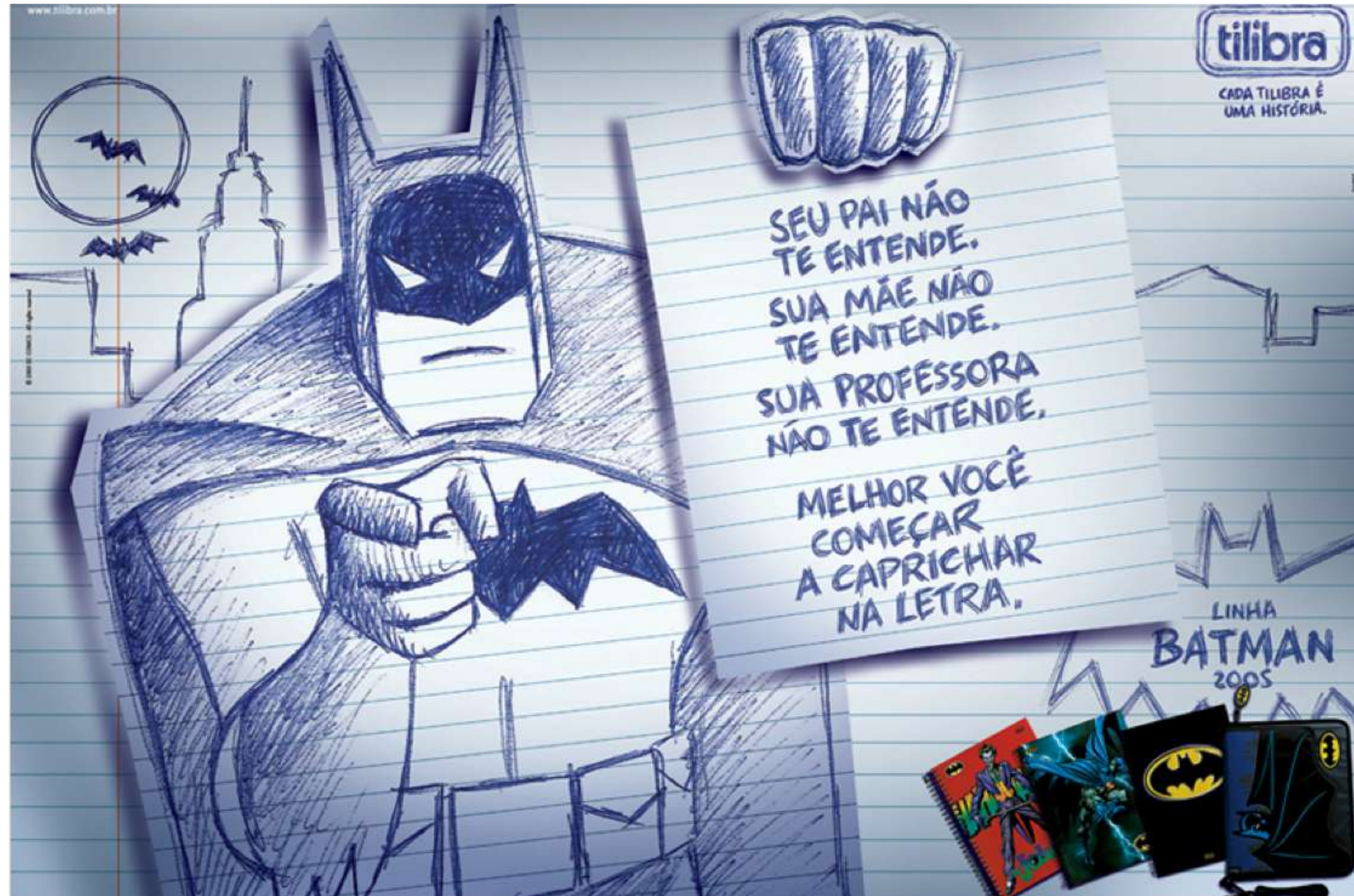
Dois (três, quatro, cinco,...) tempos.

Surf não dá dinheiro como futebol. (Afirm.)

Mas nossas loiras gostam da gente de verdade. (Virada)

+++++

Dois (três, quatro, cinco,...) tempos.



+++++

Desconstrução.



+++++

Dois tempos (briefing).

Quando o cliente for muito "quadrado", você pode entregar o briefing no começo e fazer a virada no **final**.

+++++

Desconstrução.



+++++

E quando saber que o título está pronto?



+++++
Puro feeling.

+++++

Mas também é por isso que você tem um **diretor de criação. Se você não souber, ele vai saber. Confie sempre em quem tem mais experiência que você. Um amigo redator que está de fora pode te ajudar também.**

+++++

Agora, temos um outro tipo de título criativo, que é a famosa campanha de títulos.

+++++

Conceito > Título 1, título 2, título 3.

+++++

O título é um meio. O conceito é um fim.

+++++

Quando temos um conceito claro, podemos fazer **campanha de títulos**. Títulos que, apesar de diferentes, passam sempre a mesma mensagem.

Foi promovido sem ganhar aumento.



0% ALCOOL 100% CERVEJA.

Comprou uma casa financiando em trinta anos.



0% ALCOOL 100% CERVEJA.

+++++

Outros exemplos.

+++++

Conceito é o que amarra a campanha.

Acabamos de
jogar fora a chance
de fazer um
puta anúncio.

Nosso único
mérito foi emplacar
a palavra puta
no título.

Duas vezes.



Reparou que juntando
as primeiras letras
de cada palavra deste
título se forma a sigla
RQJAPLDCPDTSFAS?

Aposto que você
não tinha visto.

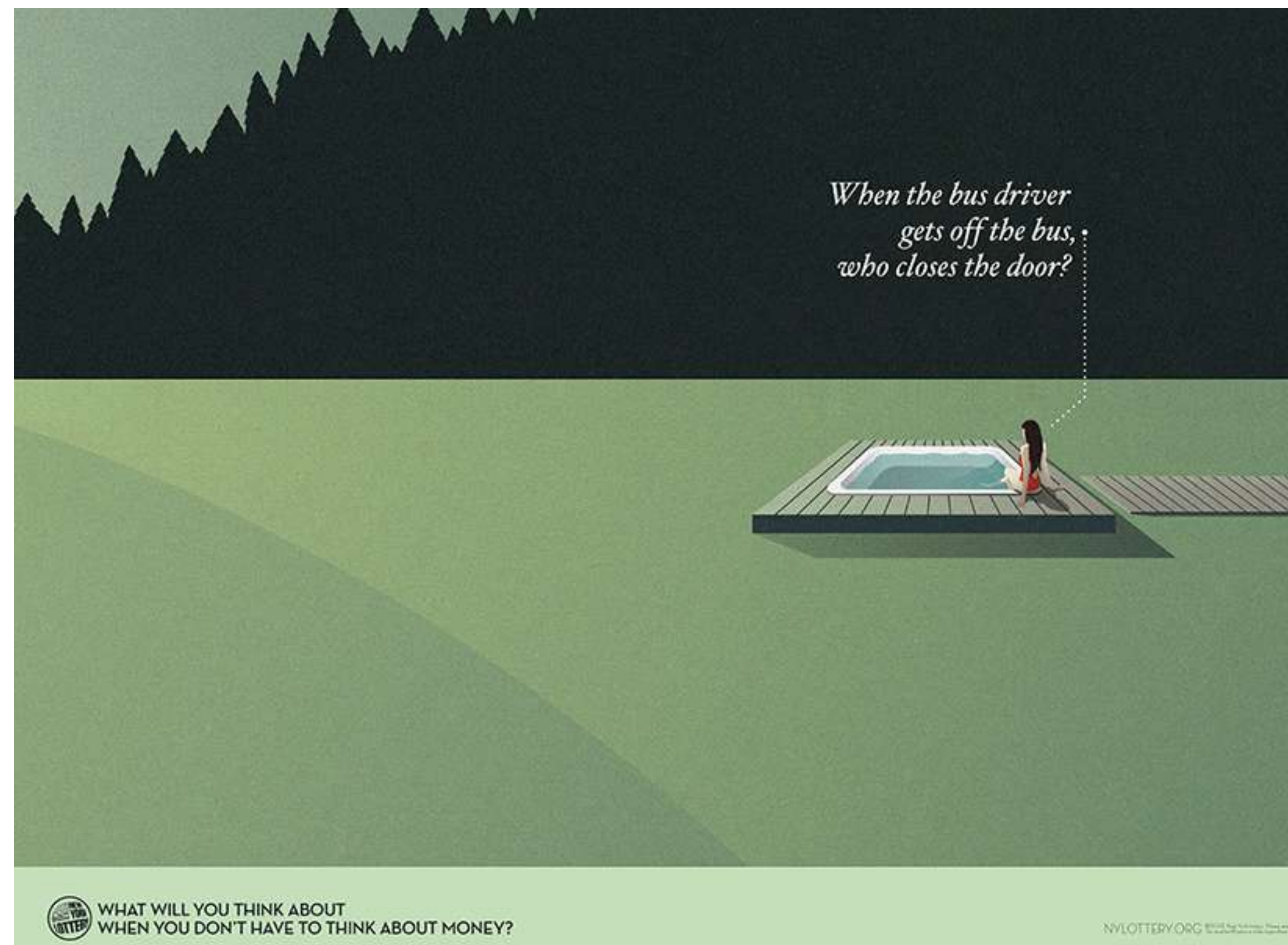


+++++

Qualquer campanha pode estar fundamentada em um conceito de marca, ou um conceito de campanha. Mas o que faz sentido um título estar em um anúncio e não no outro são os conceitos de cada marca.

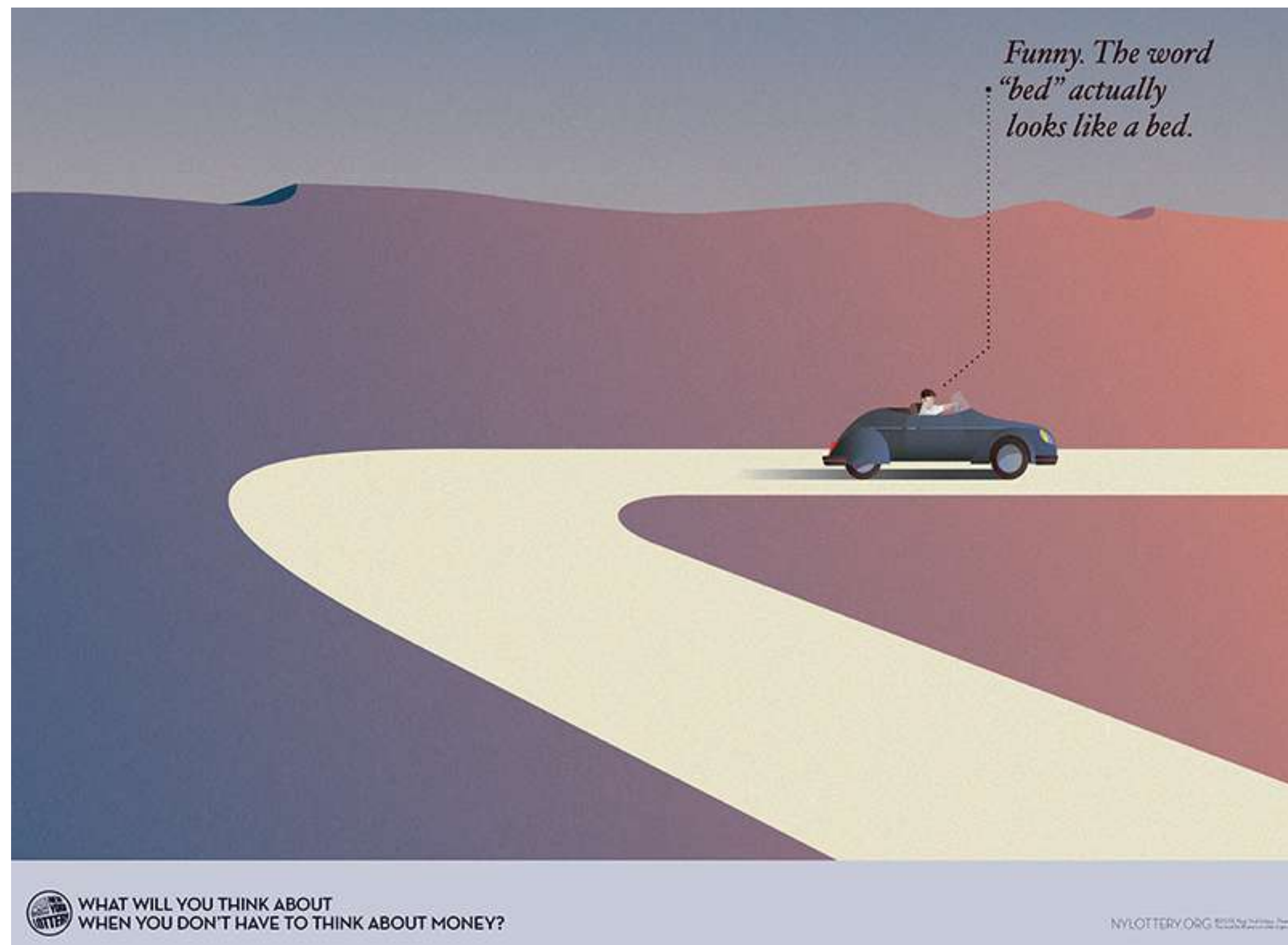
**Quando o
motorista sai do
ônibus, quem
fecha a porta?**

**O que você
pensa quando
não precisa
pensar em
dinheiro?**



**Engraçado. A
palavra cama
(bed) se parece
com uma cama.**

**O que você
pensa quando
não precisa
pensar em
dinheiro?**



**Por que as
pessoas falam
peixe de Atum
se ninguém fala
frango de
galinha?**

**O que você
pensa quando
não precisa
pensar em
dinheiro?**



+ + + + +

E agora que vocês já estão craques nisso, na próxima aula vamos começar a colocar a mão na massa. Ou, como diríamos, fazer sair fogo do teclado.

+ + + + +

COPY CRIATIVO: COMO FAZER?

+++++

**Bora pra parte prática. De novo: como ir do
comum para o criativo?**

+++++

Para fazer isso, precisamos ir além do óbvio. Ou seja, sair do raso. Ir mais ao fundo. Cavar mais.

+ + + + +

**Quanto mais fundo você for, mais criativo você
vai conseguir ser.**

+++++

Lembrando sempre que: ser criativo é ligar dois pontos. Quanto menos óbvio forem os pontos, mais criativo você está sendo. Mas importante: esses pontos, quando ligados, **tem que fazer sentido para o seu público alvo.**

+++++

Chega de falar, vamos fazer.

+++++

**"Vendo apartamento perto de tudo
com vista para o parque Ibirapuera."**

+++++

"Vendo apartamento no coração de
São Paulo com vista para o pulmão."

Subtítulo:

Loaa Ibirapuera. Última unidades. www.loaa.com.br

**“Havaianas High look é plataforma.
Deixa as mulheres baixas mais altas”**



+++++

Case real.

Bradesco conta universitária.

Job: títulos.

+++++

Case real.

Bradesco conta universitária.

Job: títulos.

Prazo: 3 dias.

+++++

Case real.

Bradesco conta universitária.

Job: títulos.

Prazo: 3 dias.

Produtos: 6

+++++

Quantos títulos eu fiz?

A) 30 títulos

B) 40 títulos

C) 50 títulos

D) 60 títulos

+++++

Quantos títulos eu fiz?

A) 30 títulos

B) 40 títulos

C) 50 títulos

D) 60 títulos

+++++

Quantos títulos eu fiz?

A) 300 títulos

B) 40 títulos

C) 50 títulos

D) 60 títulos

Bradesco universitário.
Parceiro da sua história.

Home Broker -

Invista no seu Home sem ficar broken.

Mostre para sua namorada uma bolsa que vale a pena investir.

Ganhe dinheiro extra sem fazer bico.

Ganhe mais dinheiro no After Market do que ficar after no trabalho.

+++++

Os aprovados:

FINALMENTE, ALGUÉM
DANDO CRÉDITO
PARA UM CALOURO.

Cartão de Crédito
Bradesco Universitário.
Parceiro da sua história.

Bradesco
UNIVERSITÁRIO





Bradesco

VOCÊ NÃO PRECISA DE UMA
CALCULADORA FINANCEIRA
PARA COMPRAR UMA
CALCULADORA CIENTÍFICA.

Financie o material didático
com o Bradesco universitário
e não cole mais dos outros.

Bradesco
UNIVERSITÁRIO



COLE DE VOCÊ MESMO.

Financie material didático com o Bradesco universitário e não cole mais dos outros.

Bradesco
UNIVERSITÁRIO

 **Bradesco**

SE VOCÊ ACHA QUE NÃO
TEM DINHEIRO PARA INVESTIR,
IMAGINE QUANDO TIVER QUE
PAGAR INTEIRA NO CINEMA.
Invista no Home Broker Bradesco.

Bradesco
UNIV
ERSIT
ÁRIO

 **Bradesco**

**GIRE O GLOBO
TERRESTRE
COM OS PÉS.**

Crédito Intercâmbio
Bradesco Universitário.
Parceiro da sua história.

**Bradesco
UNIV
ERSIT
ÁRIO**





Bradesco

APRENDA A FALAR INGLÊS PERGUNTANDO PRA UM.

Crédito Intercâmbio
Bradesco Universitário.
Parceiro da sua história.

Bradesco
UNIVERSITÁRIO



UM SEMINÁRIO SOBRE
CORAÇÃO NÃO PRECISA
CUSTAR OS OLHOS DA CARA.
Financie seminários e congressos
de medicina e de outros cursos
com o Bradesco Universitário.

Bradesco
UNIVERSITÁRIO





Bradesco

+++++

Pra quem tava começando, tava bom, né? Esses foram meus primeiros títulos legais aprovados e que saíram em uma campanha. Mas enquanto vocês não tem uma campanha aprovada de títulos, tudo bem ter títulos que não foram aprovados. Mais importante do que ter títulos aprovados, é ter **títulos bons.**

+++++

Até a próxima.
@rafael.borna