

## STORYTELLING NA PROPAGANDA BRASILEIRA: A CONSTRUÇÃO DE HISTÓRIAS NAS MÍDIAS DIGITAIS.

Pesquisador(es): RIBEIRO, Alexandre; SANTOS, Paulo Ricardo dos

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências das Humanidades

Resumo: O presente trabalho busca analisar alguns filmes publicitários que utilizou conceito de Storytelling entre os anos 2011 a 2016 no Brasil. A metodologia desenvolvida teve como base identificar alguns conceitos fundamentais que auxiliaram na construção de campanhas que contem histórias de uma empresa. Para identificar esses conceitos foi necessário realizar uma pesquisa bibliográfica com livros de autores que falam sobre os assuntos abordados e também artigos e documentos na internet sobre assuntos relacionados. Com os conceitos definidos foi permitida a análise de campanhas publicitárias com base nos conceitos trabalhados e também possibilitando analisar profundamente o conceito de storytelling, do jeito que foi empregado nas campanhas e também a maneira de como ele vem sendo utilizado nos dias de hoje.

Palavras-chave: Filme Publicitário. Marketing Digital. Storytelling.

E-mails: Alexandrer1984@yahoo.com.br paulo.santos@unoesc.edu.br