



Disciplina: Short & Sweet: A arte de escrever títulos.

Professora: Júlia Malavazzi, Redatora Sênior AlmapBBDO

Nunca foi tão importante escrever bem, de forma curta, rápida e interessante. Os títulos publicitários não estão mais limitados aos anúncios impressos. Hoje, eles estão em todas as plataformas: Instagram, X, TikTok, OOH e qualquer lugar onde uma marca precise capturar atenção em segundos.

Nesta disciplina, os alunos irão aprender a criar títulos criativos, conceitos capazes de gerar impacto imediato.

Ao longo do curso, serão exploradas as principais funções de um título publicitário: provocar, emocionar, vender, divertir, incomodar, gerar curiosidade ou transformar uma ideia simples em algo memorável.

A disciplina também aborda: jogo de palavras, humor, acidez, síntese criativa, construção conceitual, velocidade de pensamento.

Ter bons títulos no portfólio demonstra domínio criativo, capacidade de síntese e clareza de raciocínio – habilidades cada vez mais valorizadas no mercado contemporâneo.

Para muitos profissionais de criação, os títulos são o começo de qualquer campanha.

Programa

Objetivo

Desenvolver a capacidade dos alunos de criar textos curtos de alto impacto, explorando técnicas de redação publicitária aplicadas a títulos, conceitos e construções criativas concisas.

Para quem é o curso

A disciplina é voltada para:

- estudantes de redação publicitária
- criativos em formação
- profissionais de comunicação e conteúdo
- pessoas interessadas em desenvolver escrita criativa curta

Dinâmica das aulas

A disciplina combina teoria e prática ao longo de todo o curso.

As aulas serão estruturadas em:

- introdução teórica aos temas
- análise de referências e campanhas reais
- desenvolvimento prático de exercícios
- feedbacks individualizados
- discussões coletivas sobre processo criativo

Ao longo da disciplina, os alunos irão trabalhar com quatro briefings de marcas diferentes.

Temas de cada aula

Aula 1 - Começando Pelo Começo

Introdução aos textos curtos

- Apresentação da professora.
- Apresentação dos alunos.
- O que são textos curtos.
- Onde os títulos vivem hoje.
- O papel da síntese na criatividade contemporânea.

Aula 2 - Processo Criativo

Como nascem boas ideias

- Como funciona o processo criativo.
- Onde buscar referências.
- Técnicas para afiar ideias.
- Repertório, observação e construção de pensamento criativo.

Aula 3 - A arte de dizer muito com pouco

- O que é um título publicitário.
- Estruturas e "fórmulas" de títulos.
- Ritmo, punchline e construção verbal.

- Relação entre título e long copy.
- Briefing 1: exercício para casa.

Aula 4 - Conceitos

A ideia antes da execução

- O que é um conceito.
- Conceito de marca x conceito de campanha.
- Diferença entre conceito e título.
- Como transformar pensamento em direcionamento criativo.
- Briefing 2: exercício para casa.

Aula 5 - Quantidade

Ideia boa também é volume

- A importância de produzir mais.
- Repetição como ferramenta de refinamento.
- Como sair do óbvio através da insistência criativa.
- Briefing 3: desenvolvimento em aula.

Aula 6 - Pasta

Seu portfólio começa nas frases

- Importância de manter portfólio ativo.
- Referências de portfólios criativos.
- Como títulos ajudam a vender pensamento criativo.
- Feedbacks pendentes das aulas anteriores.

Aula 7 - Short & Sweet no Mundo Real

Aula com convidado

- Diferentes pontos de vista sobre escrita curta.
- Como títulos, conceitos e ideias aparecem no dia a dia das agências.
- Construção de repertório e adaptação criativa.

Aula 8 - Fazendo ao Vivo

Velocidade criativa e execução

- Briefing desenvolvido durante a aula.
- Criação, refinamento e discussão coletiva em tempo real.
- Exercício prático com feedback imediato.
- Briefing 4: desenvolvimento em aula.

Aula 9 - Feedbacks

Refinamento e seleção

- Feedback individualizado de todos os exercícios.

- Curadoria dos melhores trabalhos.
- Ajustes finais para apresentação do curso.

Aula 10 - Os Melhores da Temporada

Encerramento e reconhecimento criativo

- Seleção dos melhores títulos e conceitos do curso.
- Discussão coletiva dos destaques.
- Encerramento com convidados do mercado.

© 2026 Miami Ad School. Todos os direitos reservados.