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 - Títulos

- 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.