

# MUNDO DA PUBLICIDADE

EDIÇÃO 24

Caia na

# folia



UNIFEBE

PUBLICIDADE  
E PROPAGANDA





MUNDO DA PUBLICIDADE

# SUMÁRIO

**Página 5**

**Nota dos Editores da Revista  
Mundo da Publicidade**  
Por Thiago Santos

**Página 6**

**Como as redes sociais afetam a  
maneira de curtir o Carnaval**  
Por Marieli Freitas

**Página 8**

**Por que o Carnaval brasileiro se  
destacou no mundo todo?**  
Por Camile Gulart

**Página 9**

**Ações de endomarketing para  
envolver os colaboradores no  
espírito da folia**  
Por Bianca Beuting

**Página 12**

**Marcas mais lembradas no  
carnaval**  
Por Caroline Izuck

**Página 14**

**Marcas que patrocinaram os  
blocos de rua**  
Por Maria Eduarda

**Página 16**

**Carnaval no Sofá: filmes,  
livros, séries e podcasts que  
me entreteram no feriado..**  
Por Anah Ribeiro

**Carta ao Leitor**

Por Thiago Santos  
**Agradecimento!**

## Conheça a equipe

# MUNDO DA PUBLICIDADE



### Rosana Paza

A Professora Rosana é a responsável pela correção de todas as matérias de cada nova edição da Mundo da Publicidade.



### Thiago Santos

O coordenador do curso é responsável por administrar esta equipe, além de escrever a Carta ao Leitor e a Nota dos Editores.



### Gabriely Bertolin

É a responsável pelo design gráfico da revista. É quem dá vida e desenvolve as artes de todas as páginas da Mundo da Publicidade.



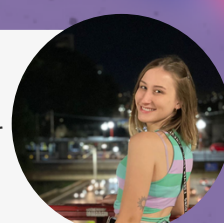
### Marieli Freitas

A Mari é quem busca os assuntos mais relevantes para cada edição além de escrever, todos os meses, matérias incríveis.



### Caroline Izuck

Carol é responsável por matérias de diversos universos.



### Bianca Beuting

A Bianca é responsável por ideias e matérias incríveis sobre assuntos variados.



### Maria Eduarda Baumgartner

A Madu é responsável por matérias incríveis que envolvem o mundo de Publicidade e Propaganda.



### Camile Gulart

A Camile é responsável por trazer os mais diversos temas!



### Anah Ribeiro

A Anah é a responsável por matérias maravilhosas sobre série, filme e cultura pop no geral!



# GRUPO UNI

Conheça o



## TV UNI

O estúdio é um espaço para que os acadêmicos compreendam os processos de criação, desenvolvimento e transmissão desse meio de comunicação e aproxima os nossos alunos dessa área de trabalho tão expressiva e que demanda habilidades criativas que precisam ser desenvolvidas ainda na universidade. A TV UNI já iniciou suas atividades com quatro programas semanais, voltados à ciência, pesquisa e extensão.



## RÁDIO UNI

Laboratório desenvolvido para possibilitar o contato dos acadêmicos de Publicidade e Propaganda com mais uma realidade do mercado de trabalho. Totalmente digital, possui uma programação criada pelos estudantes do próprio curso, com transmissão 24 horas por dia, sete dias por semana. Com foco informativo e musical o veículo é um canal de comunicação entre a universidade e a comunidade em geral.





# NOTA DOS EDITORES

POR THIAGO SANTOS

**E**m meio às marchinhas de carnaval, lançamos mais uma edição da Revista Mundo da Publicidade.

Ok! Ok! Nós sabemos que um feriado pode ser mega divertido para reencontrar os amigos, ficar com a nossa família ou até mesmo, curtir os bloquinhos de rua ao som do axé music. Mas, ao mesmo tempo que o carnaval é um momento de festa e alegria para o povo brasileiro, muitas marcas fazem diversas ações para ficar mais próximas dos seus consumidores e estreitar a relação com a população.

E é justamente sobre isso que resolvemos abordar nesta edição: A comunicação e o carnaval. Ao longo dessas páginas, você irá encontrar os motivos pelos quais o Carnaval brasileiro se destacou no mundo todo; as ações de endomarketing para envolver os colaboradores no espírito da folia; as marcas mais lembradas no carnaval, os blocos de rua que vão receber patrocínios; a forma como as redes sociais afetam a maneira de curtir o carnaval; e dicas para aqueles que irão curtir o carnaval no sofá.

Aproveitem! Esta edição está extraordinária!

Um mega abraço.

Equipe Mundo da Publicidade

# COMO AS REDES SOCIAIS AFETAM A MANEIRA DE CURTIR O CARNAVAL

Pág. 6

POR MARIELI FREITAS



Viver na era do Instagram e TikTok é planejar momentos de lazer já pensando nos stories, fotos e vídeos que serão feitos e compartilhados nas redes sociais. Quem nunca pensou em quais tipos de conteúdo faria durante o seu momento de lazer?

As oportunidades para fotos estão repletas de: "Não esquece de me marcar", "Coloca um filtro nisso antes de postar", "Consegue me passar essas fotos?" e "Acho que precisa de um pouco de Photoshop nessa". "Pode postar, mas não me marca porque eu não gostei". As celebrações saem apenas do âmbito dos amigos e familiares presentes, eles são para toda a sua rede social ver, e todos nós sabemos que adoramos dar o nosso melhor nas mídias sociais. Não há mais fotos que serão reveladas e colocadas em álbuns para serem revisitados no futuro.

O historiador Luiz Antonio Simas contou ao TAB Uol "de certa maneira, as redes sociais alteraram o comportamento do folião. Hoje você não tem mais o folião que busca, com uma fantasia, estar escondido, estar velado.

Você tem o folião que quer aparecer, o cara se fantasia e coloca no Instagram, diz para que blocos ele foi, fica acompanhando as redes sociais para ver quantas curtidas vai ter a fantasia dele", disse o pesquisador de cultura popular, samba e Carnaval, e autor de "Dicionário da História Social do Samba", vencedor do Prêmio Jabuti em 2016.

Para Thiago Costa, coordenador da pós-graduação em Comunicação e Marketing Digital da Fundação Armando Alvares Penteado, isso tem tudo a ver com a imagem que queremos passar on-line, "Você vê vários conhecidos no bloquinho e, mesmo que inconscientemente, também quer participar.

Um estudo da FAAP em parceria com a MindMiners, divulgado em outubro de 2019, perguntou a quase mil usuários de redes sociais se concordavam com a frase: "Quando alguém posta uma foto de viagem nas redes sociais, aumenta minha vontade de conhecer o lugar". Entre os entrevistados, 57% disseram concordar total ou parcialmente com a afirmação. E quem posta nas redes costuma conferir ao menos uma vez o número de curtidas ou visualizações (e quem curtiu ou visualizou) o post: 64% concordaram total ou parcialmente.

Nas redes sociais os reforços positivos são constantes: curtidas, comentários em publicações e atualização dos *feeds*. Esses elementos são chamados de reforçadores de razão variável, porque nunca se sabe quando ou em que quantidade essa recompensa virá, como se fosse em uma máquina caça-níquel. Por meio dos esquemas de reforçamento, gradualmente o usuário das redes sociais passa a agir como um apostador: toda vez que olha para o celular, sente vontade de checar seus perfis para ver se há algum prêmio reservado para ele.

Quando esse prêmio está lá, ocorre a liberação de dopamina. Isso ocorre diversas vezes ao dia e exige pouco esforço do usuário, que deve apenas se manter conectado e ativo. "Eu estou sempre com o meu celular por perto, por mais que eu não esteja usando, o celular está ali", afirma a estudante de Publicidade e Propaganda e Influencer Digital, Luísa Jurack Leite, de 19 anos.

Então, se você for curtir os bloquinhos ou ficar em casa durante o feriadão lembre-se de usar as redes sociais com moderação.



# POR QUE O CARNAVAL BRASILEIRO SE DESTACOU NO MUNDO TODO?

**POR CAMILE GULART**

As festas populares são elementos que instruem expressões sociais e culturais sobre as faces do cunho artístico, poético, histórico e cultural, sendo ainda um instrumento refletor do tempo, do corpo social, da história, das subjetividades, do modelo organizacional da sociedade e de todos os possíveis campos que norteiam essa órbita. Nesse ponto, as festas populares carregam consigo bem mais do que um ritmo, uma sequência de movimentos ou atrações, mas também a essência de um povo e de uma perspectiva singular da forma como eles os veem o mundo.

Diante dessa riqueza, a cultura brasileira produziu inúmeros símbolos que traduzem a essência e a mais pura perspectiva do brasileiro sobre si, dentre eles se destaca o carnaval, uma festa popular que ressignifica o significado de “alegria” e do famoso “jeitinho brasileiro” de produzir música e movimentos festivos. Um símbolo que expandiu seu reconhecimento e hoje é associado, estrangeiramente, como a mais alegre essência do povo brasileiro.

Discorrendo a respeito, é inerente apontar ainda que o carnaval é um dos eventos mais importantes e que mais movimenta o turismo no Brasil, gerando empregos, renda formal e informal, contribuindo ainda para o desenvolvimento da cadeia turística, visto que além do reconhecimento nacional das festividades carnavalescas, o movimento também ganha visibilidade nos solos exteriores. Destacando-se como a atração-chave do turismo no Brasil, além de uma festividade que condiciona experiências incríveis de contato com a cultura brasileira e com o próprio “jeitinho brasileiro” de festejar.

Em suma, tendo pontuado a perspectiva supracitada, é válido destacar o turismo como um elemento que agita a movimentação do mercado, da cultura e das necessidades das pessoas, em questão de conhecimento e desbravamento, tendo ainda um papel fulcral e significativo no poder de amplificar e repercutir dimensões, visões e perspectivas distintas sobre o mundo e a forma como o ser humano se relaciona com ele.

# AÇÕES DE ENDOMARKETING PARA ENVOLVER OS COLABORADORES NO ESPÍRITO DA FOLIA

POR BIANCA BEUTING

É muito comum e benéfico que as organizações proporcionem não só bonificações monetárias aos seus funcionários, mas também que se preocupem em estimulá-los com recompensas experimentais durante a jornada de trabalho, principalmente no Carnaval, época em que as pessoas estão mais animadas e dispostas a testar coisas novas e aproveitarem com a equipe.

Por isso, nesta matéria, separamos algumas ações de endomarketing superlegais para envolver os colaboradores nesse clima! Acompanhe abaixo:

## 1. Sorteio de Prêmios

Promova sorteio de prêmios, como passagens ou ingressos, para curtir o Carnaval entre todos os colaboradores da empresa ou para aqueles que se destacam em sua função. Essa é uma ótima oportunidade para se proporcionar recompensas experimentais aos funcionários.

Os prêmios podem ser, ainda, ingressos para shows ou parques que combinem com cada colaborador ou equipe.

## 2. Kit Folia

Que tal montar um Kit Folia para presentear os colaboradores? Máscaras, doces, energético, confetes e serpentinas... As opções são muitas! E eles irão adorar, e ainda podem aproveitar para curtir um dia de Carnaval na empresa com os adereços disponibilizados.

## 3. Eventos Internos

Como já comentamos, o Carnaval pode ser comemorado também com festinhas dentro da empresa. Uma decoração especial ou comidas típicas de regiões conhecidas pelas comemorações nessa época do ano, são ótimas opções para os colaboradores entrarem no clima de carnaval.

Além dos comes e bebes, pode ser feito também um concurso de fantasias, no qual os próprios colaboradores poderão votar nas fantasias dos colegas (ou deles próprios) que mais gostaram!



#### **4. Happy Hour**

Para aqueles que não curtem muito as festinhas de Carnaval, vale também pensar em planejar um Happy Hour em um pub ou bar que os colaboradores gostem ou se engajem.

#### **5. Folia Solidária**

Outra dica para se fazer nessa época do ano, é mobilizar um grupo de interessados e organizar uma festinha ou arrecadar brindes e alimentos para serem doados a uma instituição de caridade, asilo, creche ou afins. Com certeza irá fazer o Carnaval de alguém muito mais feliz!

#### **6. Ações de conscientização na empresa**

Utilize seu canal de comunicação para ser instrumento de conscientização aos colaboradores. “Se beber não dirija”; “Cuide-se, use preservativo”; “Hidrate-se e passe protetor solar” são só alguns exemplos de recados a serem passados aos colaboradores nesta época do ano.

Gostou das dicas? Essa é uma ótima época do ano para fazer o dia dos colaboradores ainda melhor e melhorar o clima organizacional da empresa!

*FONTE: ENDOMARKETING.TV;*

# MARCAS

## MAIS LEMBRADAS NO CARNAVAL

POR CAROLINE IZUCK

O ano de 2023 vem com muita expectativa tanto para as pessoas que esperam voltar a sentir o calor no clima de folia para o festival mais badalado do ano como para as empresas, que marcam seu território e posicionam suas marcas, com a galera fazendo a festa!

E, quando se fala em folia de Carnaval, qual a primeira marca que vem à sua cabeça mente?

Muitas marcas já marcam presença há muito tempo, e já são inclusive marcas gravadas na memória das pessoas, quando falamos sobre o feriado de Carnaval.

Antes do período pandêmico, ocorrido em decorrência da Covid-19, as festividades carnavalescas sempre foram ótimos impulsos econômicos, em especial, para os hotéis e as agências de turismo, considerando o volume de visitantes que iam para as grandes cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia e, também para estrangeiros que vinham para o Brasil, para participar do festival.



E é claro que as marcas das mais variadas áreas vêm para festejar conosco, aproveitando para fortalecer sua imagem em meio à multidão e conquistar cada vez mais consumidores. Muitas pesquisas mostram que, as marcas mais lembradas pelo povo que sai às ruas para as festas, primeiramente são de cervejas como: Skol, Heineken, Antártica, Itaipava e Brahma.

Outras marcas bastante recordadas durante essa época são a Olla, a marca super queridinha dos influenciadores de maquiagem, Ruby Rose e, os produtos do Boticário, não ficam muito atrás. Já no ramo da moda, marcas como C&A, Havaianas, Farm e Renner, também fazem sucesso garantido.

O Carnaval é um ótimo momento para descontrair, para se alegrar, dançar, sentir a vibe do verão e aproveitar, e muitas empresas buscam sempre novos meios criativos de chamar a atenção dos consumidores, tentando marcar presença de maneiras diversas sendo mais discretas ou extravagantes, o importante é ser lembrado!



FONTES: ABCDACOMUNICACAO;  
FASHIONNETWORK;



# MARCAS QUE PATROCINARAM OS BLOCOS DE RUA

POR MARIA EUARDA BAUMGARTNER

Há quem diga que o ano só começa depois do Carnaval, e a maioria da população se prepara para cair na folia. Seja por meio do desfile das escolas de samba ou nos blocos de rua, o carnaval é considerado uma atividade econômica importante em nosso país, e firma-se a cada ano como uma plataforma para inúmeras ações de anunciantes que desenvolvem iniciativa, patrocínios e distribuição de brindes.

O crescimento do patrocínio privado de marcas e prefeituras ajudam a cobrir despesas, incentivar o desfile de agremiações e os blocos de ruas. Nesses contratos também é esclarecido o benefício de ativações das marcas nesse período.

As cidades que a folia de rua mais se destacam são : São Paulo, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Florianópolis.

Segundo as notícias do UOL, "A Prefeitura de São Paulo, responsável pelo evento, anunciou que o Carnaval de rua 2023 deve atrair 15 milhões de foliões. O evento terá patrocínio da cervejaria Ambev, que ganhou o edital de patrocínio de R\$ 25,6 milhões. Com o alto consumo de bebidas alcoólicas nessa época, é um dos eventos mais importantes para a Ambev. Com isso, a companhia poderá exibir até 10 marcas ao longo do evento.

Já o Carnaval de Belo Horizonte foi anunciado que pode ser o maior da história da cidade, com cinco milhões de foliões pelas ruas. Os dois patrocinadores de 2023 são: A Fecomércio-MG que assinará a cota de patrocínio e a rede de supermercados que adquiriu a cota de Colaboração.

Segundo a PBH, entre as contrapartidas estão: possibilidade de ativações de marca em locais públicos com apoio operacional da PBH; exposição de marca nas redes sociais, portal e imprensa e a exibição das marcas patrocinadoras em peças gráficas e de sinalização de palco, avenida e decoração de locais, além do direito de uso da marca do Carnaval de Belo Horizonte nas ações de comunicação. Ambas somadas foram mais de R\$ 1,2 milhão em verbas para o carnaval.

A Dream Factory, agência que há 10 anos organiza a produção do Carnaval de rua do Rio de Janeiro, captou, pela primeira vez na história, todas as quatro cotas de patrocínio para a realização da festa carioca. Para 2023, o investimento total será de R\$ 39 milhões, com cinco cotas de patrocínio fechadas: Kwai, Águas do Rio, Elma Chips e Zé Delivery, além do patrocinador máster Ambev.

Pelas ruas de Florianópolis terá eventos em 19 bairros, e espera um público de mais de 200 mil pessoas

Como patrocinador oficial, a Brahma entra em cena para ajudar a viabilizar a festa brasileira, para que as pessoas possam transbordar sua Brahmossidade. A marca vai apoiar nas ruas de Florianópolis, São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador mais de 80 atrações para o folião pipoca; 5 mil horas de música nos circuitos oficiais e nos carnavais de bairros; Patrocínio a mais de 10 blocos privados; Estimativa de 300 jornalistas de todo o Brasil, credenciados na sala de imprensa do Camarote Brahma Salvador; 2.500 kits para todos os ambulantes credenciados pela prefeitura; lança programa para recolher o lixo deixado pelos foliões e seis dias de festa e cerca de 3.500 foliões por noite no Camarote Brahma. Estará presente Florianópolis estará em vários carnavais do Brasil: nos carnavais de Rua de São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador.

Os investimentos são altos, mas os retornos também são. Não só conta com a preparação para a felicidade dos brasileiros, mas com a divulgação e o fortalecimento dos patrocinadores.

*FONTES: MARCASPELOMUNDO;  
PROPMARK;*

# CARNAVAL NO SOFÁ: FILMES, LIVROS, SÉRIES E PODCASTS QUE ME ENTRETERAM NO FERIADO.

POR ANAH RIBEIRO

Sim, Fevereiro é sinônimo de Carnaval! Essa época superanimada e aguardada pelos brasileiros finalmente veio aí, mas vamos combinar que não é todo mundo que prefere ir para a folia, e se você é do time Carnaval em Casa pode ficar tranquilo que não está sozinho. Depois de aproveitar o meu Carnaval em casa trouxe várias dicas de filmes, séries, livros e podcasts para você explorar nos próximos fins de semana e feriados.



## **NÃO! NÃO OLHE!** JORDAN PEELE



Ainda não assistiu a um dos filmes de terror mais aclamados de 2022? Esse é o seu momento, agarre-o com tudo! “Não! Não Olhe!”, o mais novo filme de Jordan Peele, é uma ficção científica diferente de tudo que você já viu, eu garanto. OJ e Emerald são os personagens principais de nossa trama, dois irmãos que administram um rancho especializado em cavalos treinados, e são eles que percebem coisas muitíssimo estranhas acontecendo na cidade. Prepare-se para ver extraterrestres que nunca imaginou antes e passar a ver o mundo com outros olhos...

O longa está disponível para aluguel no Amazon Prime Video.

## **O CASTELO ANIMADO** HAYAO MIYAZAKI



Essa indicação é para você que procura por uma trama bela e revigorante com uma pitada de amor e fantasia. O Castelo Animado, uma das maiores produções do Studio Ghibli fala sobre viver novas experiências, se permitir e aprender sempre. Além de uma narrativa encantadora, a estética do filme consegue ser tão maravilhosa que te transporta para o lado dos personagens e ajuda a contar a história com ainda mais profundidade. É um dos meus filmes prediletos e tenho a certeza de que assistindo-o com o coração aberto, você também amará.

## **ALICE IN BORDERLAND** SHINSUKE SATO



Você é do time maratonista e ainda não escolheu a sua série do momento? Pois lhe apresento “Alice in Borderland”, uma incrível série de suspense que vai te prender do primeiro ao último episódio. Realmente não há críticas para essa obra-prima, o roteiro é muito bem construído, os personagens são maravilhosamente explorados e, claro, traz diversos jogos perturbadores para o espectador que fica ansioso ao tentar descobrir os mistérios do novo mundo no qual os protagonistas se encontram.

A série é baseada em um mangá de sucesso no Japão, e conta com duas temporadas disponíveis na Netflix.



**WANDINHA** **TIM BURTON**



Acho um pouco improvável que você ainda não tenha assistido a esta série icônica, já que a dona do lookinhos pretos não saiu do top 10 da Netflix desde o dia do seu lançamento, mas não custa lembrar dessa produção que abalou as estruturas dos fãs da Família Addams. Sendo uma personagem memorável desde os anos 30, Wandinha, com seu humor ácido e sarcasmo, sempre foi cativante (à sua maneira) e era senso comum que merecia um holofote sobre ela, em uma série só para si. E a nova menina dos olhos da Netflix não deixou a desejar quando resgatou tudo que há de melhor nos Addams mesclado a uma trama super moderna. Se você ainda resistia para assisti-la, essa é a sua deixa!

**TUDO QUE EU SEI  
SOBRE O AMOR** **DOLLY  
ALDERTON**



Sabe aquele livro que parece mais uma conversa com uma amiga? Esse é “Tudo que eu sei sobre o amor”, nessa trama quase autobiográfica Dolly nos conta diversos acontecimentos de sua vida (alguns incrivelmente desastrosos) que a fizeram se tornar a pessoa que é hoje. Uma história incrível sobre festas, trabalho, encontros e, principalmente, sobre o apoio e o amor que uma verdadeira amizade nos proporciona.

**O GATO QUE  
AMAVA LIVROS** **SOSUKE  
NATSUKAWA**



Se você procura por um livro encantadoramente delicado para te acompanhar nos dias livres, acabou de encontrar! “O gato que amava livros” é uma história japonesa que, como o nome já diz, é sobre um gato que realmente amava livros, um garoto que passa pelo processo de luto e tenta enfrentar os seus medos, e uma pequena livraria fantástica onde ambos passam por diversos desafios e aventuras.

É uma narrativa que nos mostra a importância da leitura e de se abrir para o novo.

**MODUS OPERANDI** CAROL MOREIRA  
E MABÊ



Temos fãs de true crime por aqui? Que bom, prazer em conhecê-los!

Modus Operandi é um podcast que aborda casos criminais que marcaram o Brasil e o mundo, apresentado por Carol Moreira e Mabê, que conseguem retratar os temas com muito respeito e sensibilidade que merecem. Se você procurava por um programa envolvente e angustiante para passar os seus dias e escutar durante as tarefas, acabou de encontrar. É um conteúdo que vale a pena ser consumido, se você gosta do assunto.

**BOM DIA, OBVIOUS** MARCELA  
CERIBELLI

**BOM DIA,  
OBVIOUS**  
*com Marcela Ceribelli*

Diretora Criativa e CEO da Obvious, a também apresentadora Marcela Ceribelli recebe diversas convidadas no podcast para falar sobre os infinitos assuntos do universo feminino, alguns como: carreira, autoestima, saúde mental, relacionamento e muitos outros (e relaxa, os homens também estão super convidados a ouvir). Além de ser um bate-papo super construtivo e que nos apresenta diversas vivências, é sempre muito divertido. Eu aposto que você vai aprender várias novidades com a Marcela e suas convidadas. Ah, e se você ainda não segue a Obvious (@obvious.cc) no Instagram, fica aí a dica para uma página recheada de conteúdos maravilhosos.

Depois dessas dicas você não precisa mais pensar em desculpas para dar aos seus amigos e pode aproveitar seus dias em casa, é só dizer “não posso, tenho filmes, séries, podcasts e livros para maratona”!

De nada, leitor. Até a próxima!

# CARTA ao leitor

Nesta edição da Carta ao Leitor, eu inicio o meu texto fazendo uma pergunta para você: O que te deixa com os olhos marejados de emoção? O que faz com que você fique mega emocionado ou emocionada?

Faço este questionamento, pois nessas últimas semanas tivemos uma reunião bastante importante com a equipe que conduz esta revista: feedback da Reitoria da UNIFEDE. Em meio às mensagens desesperadas no grupo de WhatsApp quando fomos informados, passamos o dia bastante apreensivos com a notícia. É claro, não estávamos com medo, pois sabemos que executamos um trabalho incrível para os nossos leitores, maaaas ficamos bastante curiosos com o agendamento dessa conversa.

Numa noite que a chuva caia, sem dó nem piedade, chegamos na nossa reunião com toda a equipe da revista, juntamente o Pró-reitor de Graduação da UNIFEDE. Olhos apreensivos, sem saber o que poderíamos escutar naquela noite de intenso temporal.

O Pró-Reitor nos reuniu, com o coordenador do curso, para agradecer e parabenizar o nosso trabalho. Até aí, soltamos frouxos sorrisos com os elogios (mas confessamos que ainda continuávamos ansiosos com a fala dele). Muitos elogios, muitos elogios, muitos elogios, diante da enorme quantidade de downloads mensais da revista.



Foi incrível! Escutar do nosso Pró-Reitor o quanto ele se sente orgulhoso pelo nosso trabalho nos motivou, nos energizou e fez com que percebêssemos o quão importante é o nosso trabalho. Agora eu volto com a pergunta inicial desta carta? O que te deixa com os olhos marejados de emoção? O que faz com que você fique mega emocionado ou emocionada? Eu posso afirmar que os elogios que recebemos nos deixaram com os olhos marejados. E quanto à chuva? Esta nos abençoou em uma noite inesquecível!

Parabéns para cada um de nós que nos dedicamos à Revista Mundo da Publicidade!

Parabéns, Gilson, por iniciar o projeto e lançar a primeira edição da Revista.

Parabéns para todos aqueles estudantes que já passaram pela equipe da Revista.

Muito obrigado UNIFEBE por acreditar em nosso trabalho.

Muito obrigado para você, leitor e leitora, da Revista Mundo da Publicidade.



**Um forte abraço!  
Thiago :)**