

GOOL  
GOOL  
GOOL  
GOOL  
GOOL  
GOOL

**COOPA  
DO MUNDO  
FEMININA**



edição 29



**UNIFEBE**

**PUBLICIDADE  
E PROPAGANDA**



## 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. A melhor companhia para dar vida a cada edição é uma boa playlist no Spotify.



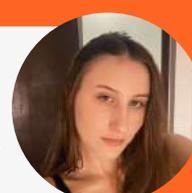
### Marieli Freitas

A Mari é quem busca os assuntos das edições. Adora escutar podcasts e ficar de olho no Youtube para trazer novas ideias.



### Caroline Izuck

Carol é responsável por matérias de diversos universos.



### Bianca Beuting

A Bianca adora a área de planejamento publicitário e ama estar por dentro das trends.



### Maria Eduarda Baumgartner

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



### Emily Taissa

A Emily chegou entregando matérias incríveis na revista e também está na Rádio de PP.



### Anah Ribeiro

A Anah é a responsável por matérias maravilhosas sobre série, filme, cultura pop. E também adora o mundo da moda.



### Ana Luiza

A Ana Luiza adora tudo o que for relacionado a publicidade e a comunicação. Escrever e falar sobre esses assuntos é com ela mesma!



### Luana Grandi

A Luana chegou para somar no nosso time, trazendo conteúdos lindos.



### Talita Gonçalves

A Talita é a mais nova integrante da revista que chegou garantindo seu espaço na revista :)

# 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

**C**aro leitor e estimada leitora,  
É com grande entusiasmo e orgulho que apresentamos aos leitores esta edição especial da revista do curso de Publicidade e Publicidade da UNIFEFE, dedicada à Copa do Mundo Feminina 2023. Como editores, estamos comprometidos em ampliar as vozes e perspectivas que moldam o mundo da comunicação e do esporte, e não há momento mais oportuno para fazê-lo do que durante este emocionante torneio feminino.

O esporte sempre foi um campo de transformação social e cultural, que reflete tanto os avanços quanto os desafios de uma sociedade em constante evolução. A Copa do Mundo Feminina é um símbolo poderoso dessa mudança, representando a conquista contínua das mulheres no cenário esportivo e sua luta pela igualdade de oportunidades e reconhecimento.

Nesta edição, mergulhamos nos temas que permeiam o torneio deste ano: A Copa do Mundo de Futebol Feminino como Ferramenta de Empoderamento; A História da Copa de Mundo Feminina; As ativações das marcas para a Copa do Mundo Feminina; As Estrelas da Copa do Mundo Feminina: Perfil das Maiores Jogadoras da História; As Sedes da Copa do Mundo Feminina: Uma Viagem Pelas Cidades Anfitriãs; Os Estereótipos de Gênero no Futebol e a Copa do Mundo Feminina como Agente Transformador; As Marcas e a Evolução da Publicidade na Copa do Mundo Feminina e os recordes quebrados na Copa do Mundo 2023.



Ao celebrar a Copa do Mundo Feminina, também reconhecemos a importância de conscientizar sobre os desafios que ainda persistem no mundo do esporte feminino. Discutimos questões como disparidades salariais, falta de investimento e visibilidade desigual, desafiando a todos a continuarem a apoiar e promover a igualdade dentro e fora das arenas esportivas.

Como futuros profissionais da Publicidade e Propaganda, esta edição nos inspira a criar campanhas inovadoras e impactantes que promovem valores de igualdade, empoderamento e respeito. Acreditamos que, por meio de nossa criatividade e comprometimento, podemos contribuir para a construção de uma indústria publicitária que não apenas reflita a realidade, mas também inspire mudanças positivas e duradouras.

Boa leitura

Equipe Mundo da Publicidade



# AS ATIVAÇÕES DAS MARCAS PARA A COPA DO MUNDO FEMININA 2023

**POR MARIA EDUARDA BAUMGARTNER**

A Seleção Brasileira Feminina entrou em campo preparada para dar um verdadeiro show. Em meio às barreiras implantadas pela sociedade, por exemplo, desigualdade de gênero, as mulheres se mostraram dispostas a enfrentar os desafios que ainda persistem nessa modalidade com força e determinação. Movimentando, assim, o futebol feminino e ganhando cada vez mais fãs pelo mundo, tenho percebido, principalmente nas redes sociais, vários posts e compartilhamento de hastags da galera torcendo, afinal, cada minuto da partida é emocionante, não é?

A Copa do Mundo Feminina de 2023, em sua 9ª edição, caminha sendo a maior desde sua estreia, em 1991, tanto em número de Seleções quanto em audiência. Tal interesse pelo futebol feminino atrai também marcas apoiadoras dessa causa e aqui a publicidade se torna crucial.

Neste ano, a Seleção Feminina de Futebol conta com o patrocínio da Nike, Guaraná, Vivo, Itaú, Neoenergia, Mastercard, GOL, Kwai, Budweiser, McDonald's, Unilever, e outras. Cada marca possui estratégias diferentes dependendo dos objetivos, preferências da empresa e do potencial criativo.

A Fifa fechou também uma parceria inédita com o TikTok, plataforma queridinha do momento, com conteúdos personalizados na qual a Copa do Mundo Feminina terá sua própria seção no TikTok, compartilhará destaques, atualizações e as ações mais importantes da competição.

Entre minhas pesquisas selecionei alguns exemplos de ativações de marcas para compartilhar:

## Guaraná Antarctica

O Guaraná Antarctica acumula uma história com o futebol feminino há mais de 20 anos. Uma das principais ativações da marca é o Correspondente BR, em que torcedores brasileiros, que estão na Austrália e na Nova Zelândia, são convidados a produzir e compartilhar conteúdos sobre a competição, utilizando a hashtag #OlhaPraElas.

## Nike

A Nike é a fornecedora do material esportivo das atletas, uniformes e chuteiras desenvolvidas com tecnologia exclusiva que se adaptam da melhor forma às necessidades do corpo feminino. Neste ano, a marca lançou um uniforme inspirado na mãe natureza que celebra a diversidade brasileira.

## Mastercard

A Mastercard, empresa de serviços financeiros, desenvolveu a campanha #ElasEmCampo. Entre as ações da iniciativa, a marca levou 11 ex-jogadoras de futebol para entrar em campo ao lado da seleção brasileira, no último amistoso da equipe, antes de embarcar para a Oceania, contra o Chile, com o objetivo de exaltar a história das mulheres na modalidade e também apoiar as futuras gerações.

## Rappi

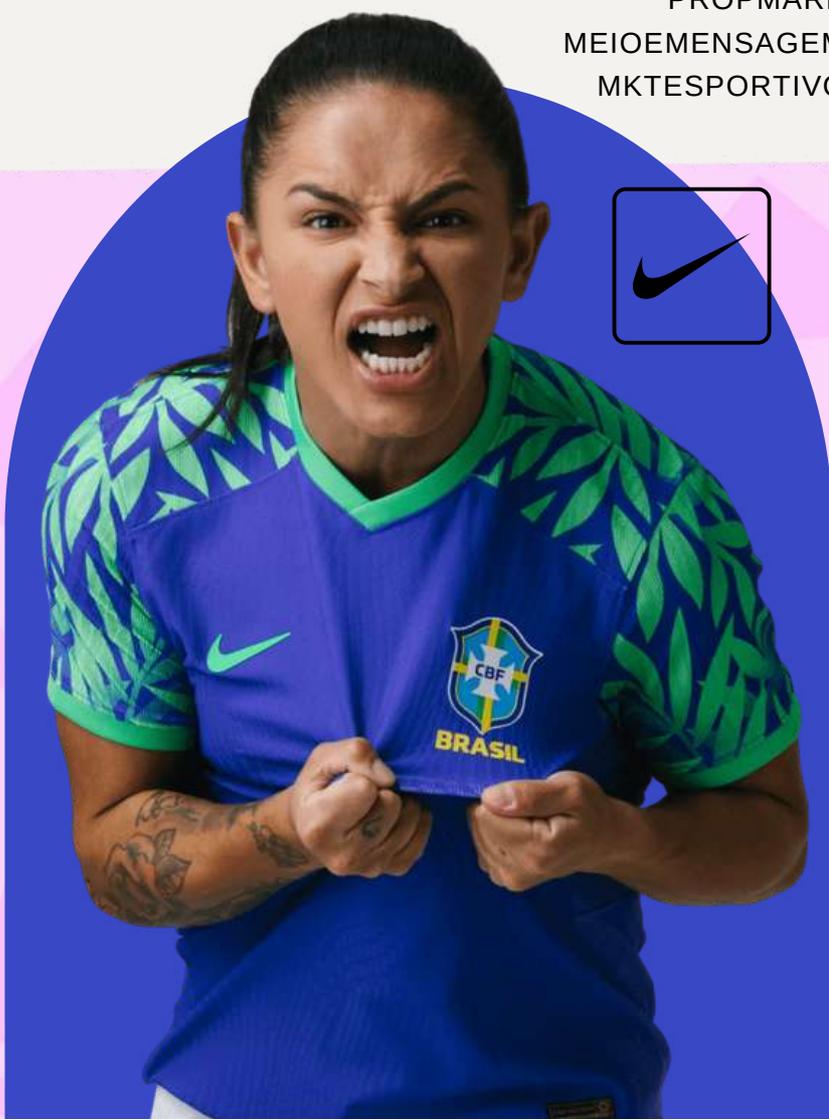
O Delivery Rappi anunciou dois projetos de investimento na Copa feminina. O primeiro é o “Se essa Copa fosse minha...”, em que a marca destinará recursos para pintar lojas Turbo e espaços para celebrar a seleção feminina. Com isso, o objetivo da marca é incentivar as pessoas a se conectarem com a modalidade. E por segundo apresenta o “Correndo com Legado”, projeto no qual a plataforma desenvolverá e distribuirá uma camiseta para os entregadores em homenagem às jogadoras da seleção.

## Vivo

Uma das principais ações da Vivo para a esta Copa do Mundo Feminina foi o patrocínio ao “Tour do Canarinho”, mascote oficial da seleção brasileira, pelas principais capitais do país. Outra foi a estratégia temporária de branding que a Vivo alterou sua marca para Vivaaa, em comemoração ao jogo de estreia da Copa 2023 com o Panamá e a goleada das meninas. A marca incorpora o artigo feminino em sua identidade para reforçar seu apoio às jogadoras que estão representando o Brasil na competição.

Poderia citar outros vários exemplos de como as marcas adaptam os conteúdos a esse evento, vocês mesmos devem ter sido impactados, afinal todos os patrocínios para a Seleção Brasileira Feminina representam um marco significativo para o futuro do futebol feminino, dando uma perspectiva de impulsionamento ao seu crescimento. Por isso, no mundo da publicidade e da Copa do Mundo Feminina, unimos passes de criatividade com golaços de diversidade e incentivamos nossas mulheres rumo ao título.

FONTES:  
 PROPMARK;  
 MEIOEMENSAGEM;  
 MKTESPORTIVO;



# OS ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO NO FUTEBOL E A COPA DO MUNDO FEMININA COMO AGENTE TRANSFORMADOR

POR BIANCA BEUTING

O futebol, durante muito tempo, foi retratado como um esporte exclusivamente masculino, perpetuando estereótipos de gênero que desfavoreciam as mulheres no mundo esportivo. Contudo, com o crescente movimento pela igualdade de gênero, feminismo e empoderamento feminino, uma mudança significativa vem acontecendo, e a Copa do Mundo Feminina tem se tornado um agente transformador nessa jornada de resiliência, resistência e engajamento.

Enquanto o futebol masculino sempre esteve em evidência, o futebol feminino tem conquistado espaço e destaque em meio a um cenário desafiador. Grandes marcas têm percebido a relevância desse segmento, não apenas como uma oportunidade de exaltar atletas mulheres, mas também como uma maneira de associar suas imagens a valores como igualdade, diversidade e inclusão. O engajamento gerado pelo futebol feminino está em sintonia com diversos movimentos que buscam promover o papel da mulher na sociedade e combater desigualdades de gênero.

Atualmente, a nova geração de meninas testemunha mulheres inspiradoras no esporte, o que é fundamental para quebrar estereótipos e desconstruir a ideia de que futebol é exclusivamente masculino. A mensagem de que "o lugar de mulher é onde ela quiser" é fortalecida a cada jogo e a cada conquista das atletas femininas, que mostram que são tão competitivas, estratégicas e preparadas fisicamente e emocionalmente quanto os homens para realizar as partidas.



No entanto, mesmo com os avanços, o futebol feminino ainda enfrenta desafios, e um deles é o preconceito e a discriminação ainda presentes na sociedade. Exemplo disso foi o episódio de comentários machistas que repercutiram no primeiro dia de transmissão pelo canal do YouTube CazéTV. É importante ressaltar que o combate a esses discursos ofensivos e sexistas é essencial para garantir que a experiência das jogadoras e do público seja respeitosa e livre de qualquer tipo de violência verbal.

A representatividade da seleção feminina no futebol abre espaço para discutir a inclusão e a igualdade no mundo esportivo como um todo. À medida que ganham destaque, as jogadoras ampliam o alcance de importantes questões sociais. A luta contra a violência de gênero, a busca por igualdade salarial e o combate ao assédio no ambiente esportivo são algumas das causas que essas jogadoras têm levantado, utilizando o sucesso esportivo como um meio para sensibilizar a sociedade e conscientizar sobre temas que vão muito além do futebol.

A Copa do Mundo Feminina, como agente transformador, traz consigo o potencial de redefinir conceitos, romper barreiras e promover a equidade de gênero. À medida que mais pessoas a assistem, engajam-se e apoiam o futebol feminino, o movimento pela igualdade se fortalece, e as oportunidades para as mulheres no esporte e em outros setores da sociedade se ampliam. A cada partida, as atletas mostram que são muito mais do que estereótipos, e a sua força, habilidade e determinação motivam o potencial das mulheres no futebol e na vida.

*FONTES:*  
ESPN;  
UFPEL;



**FIFA**  
**WOMEN'S**  
**WORLD CUP**  
**2023™**



# AS MARCAS E A EVOLUÇÃO DA PUBLICIDADE NA COPA DO MUNDO FEMININA

 POR ANA LUIZA

A Copa do Mundo Feminina é uma competição internacional de futebol feminino organizada pela Federação Internacional de Futebol (FIFA). A primeira edição, ainda extraoficial, ocorreu em 1970, na Itália. O evento foi patrocinado pela empresa de bebidas Martini & Rossi, que gostaram tanto da ideia, que eles realizaram uma segunda edição do campeonato, em 1971, no México.

Em 1991, a primeira versão oficial foi realizada pela FIFA, na China. E à medida que o interesse e a visibilidade do futebol feminino cresciam, as marcas perceberam o potencial de marketing associado ao evento esportivo mais importante do mundo para as mulheres.

Nos últimos anos, temos visto uma transformação significativa na abordagem das marcas em relação à publicidade durante a Copa. As empresas estão cada vez mais criando campanhas exclusivas e emocionantes para esse público, reconhecendo o impacto positivo que a valorização do futebol feminino pode trazer para os negócios.

As campanhas publicitárias agora enfatizam o empoderamento feminino, a igualdade de gênero e a inspiração das jogadoras como modelos a serem seguidas. Além disso, as marcas estão colaborando com as próprias atletas, utilizando-as como embaixadoras de suas marcas e produtos.

A diversidade também tem sido uma questão importante na publicidade da Copa do Mundo de Futebol Feminino. As firmas estão cada vez mais promovendo a inclusão de pessoas de diferentes origens e culturas.



Ademais, a evolução da publicidade da Copa, também inclui a incorporação de tecnologia e mídias digitais. Para isso, as marcas estão usando as redes sociais, aplicativos móveis e realidade aumentada para se conectar com os fãs de forma mais interativa e engajadora.

Notamos isso, no empenho da Visa em patrocinar não somente o evento, mas também 33 jogadoras de 27 seleções diferentes, incluindo a brasileira Debinha.

“Testemunhamos mudanças históricas em prol da equidade e igualdade no futebol nos últimos anos, e a Visa está empenhada em munir essas mulheres resilientes com as ferramentas e os recursos necessários para continuarem trabalhando pela igualdade de condições”, disse Andrea Fairchild, vice-presidente sênior e líder de patrocínios da Visa.

Apesar do grande recorde de ingressos vendidos para uma Copa do Mundo Feminina, nesse ano, ainda se nota uma falta de apoio das empresas no futebol feminino. Apesar de existir um movimento das marcas que olham o patrocínio como oportunidade, ainda falta apoio para puxar esse movimento.

Além disso, existe um papel do consumidor muito forte nessa ação. As pessoas estão cada vez mais exigindo que as instituições se posicionem. E isso é positivo para toda a sociedade.

No TikTok, por exemplo, o número de visualizações da hashtag #FutebolFeminino atingiu a marca de 1,6 bilhão de visualizações, enquanto #WomensFootball chegou a 3,7 bilhões. A plataforma digital, então, fechou um acordo com a Fifa para popularizar o torneio. Criadores de 16 países, inclusive do Brasil, vão acompanhar as partidas e produzir conteúdo digital.

Resumidamente, a evolução da publicidade na Copa do Mundo de Futebol Feminino reflete o crescente reconhecimento do valor comercial desse evento esportivo e a importância de defender o futebol feminino como um esporte de nível global, que celebra a igualdade de gênero, a diversidade e o empoderamento feminino. Estabelecendo, assim, uma conexão mais profunda com o público e confiante para a expansão e fortalecimento do futebol feminino em todo o mundo.

**FONTE:**  
BRASILESCOLA;  
ECONOMIA.UOL;  
LANCE;  
VALORINVESTE;

**TIKTOK**



## DA COPA DO MUNDO FEMININA: PERFIL DAS MAIORES JOGADORAS DA HISTÓRIA

★  
POR LUANA GRANDI

A versão feminina do futebol tem conquistado seu espaço como um fenômeno relativamente recente. Embora as mulheres jogassem futebol desde os primórdios do esporte, os torneios e premiações mais importantes do futebol feminino só começaram a ganhar forma há algumas décadas.

Pela primeira vez na história, no ano de 2023, 32 seleções participarão de uma Copa do Mundo, que já bateu o recorde de ingressos vendidos, demonstrando a crescente popularidade do futebol feminino. Nesse contexto, é importante homenagear algumas das jogadoras que se destacaram ao longo da história desse esporte.



### Marta (Brasil):

A alagoana de Dois Riachos ganhou o apelido de "Rainha" do futebol feminino, e com razão. Apesar de nunca ter conquistado uma Copa do Mundo ou medalha de ouro olímpica, Marta é a maior vencedora do prêmio de Melhor Jogadora do Mundo da FIFA, com seis troféus, dos anos, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 e 2018. Ela é a maior artilheira da história de todos os Mundiais, com impressionantes 17 gols. Sua carreira e atuação como artilheira falam por si, tornando-a uma lenda incontestável do futebol.



### Mia Hamm (EUA):

Antes do surgimento de Marta, Mia Hamm era praticamente uma unanimidade como a grande estrela do futebol feminino. Durante o período em que o futebol feminino estava se consolidando globalmente, ela brilhou como nenhuma outra.

Hamm foi campeã de duas Copas do Mundo (1991 e 1999) e duas edições das Olimpíadas (Atlanta-1996 e Atenas-2004). Seu talento e carisma a tornaram famosa como poucas atletas da história, sendo inclusive uma das duas mulheres incluídas pela FIFA na lista dos 100 melhores jogadores de futebol do século passado.



### **Birgit Prinz (Alemanha):**

A alagoana de Dois Riachos ganhou o apelido de "Rainha" do futebol feminino, e com razão. Apesar de nunca ter conquistado uma Copa do Mundo ou medalha de ouro olímpica, Marta é a maior vencedora do prêmio de Melhor Jogadora do Mundo da FIFA, com seis troféus, dos anos,

No entanto, os títulos mais significativos de sua trajetória foram com a seleção alemã, na qual foi peça fundamental nas conquistas das Copas do Mundo de 2003 e 2007, além de cinco edições consecutivas da Eurocopa. Ela também foi eleita três vezes a Melhor Jogadora do Mundo (2003, 2004 e 2005) e é a segunda maior goleadora dos Mundiais femininos, com 14 tentos.



### **Pia Sundhage (Suécia):**

Além de ser a técnica da seleção brasileira feminina desde 2019, Pia Sundhage foi uma das estrelas do futebol feminino já nos primórdios da modalidade. Em 1984, ela foi a artilheira da primeira edição da Eurocopa e teve um papel crucial ao cobrar o pênalti decisivo que deu o título à seleção sueca.

Como treinadora, Pia construiu uma carreira ainda mais brilhante, com destaque para suas conquistas como técnica dos Estados Unidos, onde foi duas vezes medalhista de ouro em Jogos Olímpicos (Pequim-2008 e Londres-2012). Além disso, ela foi cinco vezes finalista do prêmio de Melhor Técnico do Ano no futebol feminino e recebeu a honra em 2012.



### **Ada Hegerberg (Noruega):**

Além de ser uma talentosa atacante, Ada Hegerberg é reconhecida por seu ativismo e luta pela igualdade no futebol feminino. Vencedora da Bola de Ouro em 2018, Hegerberg causou um impacto global ao se recusar a participar da Copa do Mundo de 2019, em protesto contra a desigualdade de tratamento entre as seleções masculina e feminina da Noruega.

Ela é uma das principais vozes que levantam questões sobre premiações, condições de trabalho, planejamento e instalações de hospedagem para as jogadoras.



### **Sam Kerr (Austrália):**

Com apenas 30 anos, Sam Kerr é amplamente considerada uma das maiores jogadoras de futebol da atualidade. Atualmente, jogando pelo Chelsea e pela seleção australiana, Kerr já participou de duas Olimpíadas (2016 e 2020) e marcou seu nome na história como a primeira mulher a

aparecer na capa do jogo FIFA 23, com Mbappé, quando a liga feminina oficialmente estreou no jogo. Seu talento e contribuição para o crescimento do futebol feminino são inegáveis.



### Linda Caicedo (Colômbia):

Com apenas 18 anos, Linda Caicedo já impressiona com seu talento, o que a levou a integrar o Real Madrid feminino, um projeto em ascensão na luta pela hegemonia do futebol espanhol. Em 2022, ela foi eleita a segunda melhor jogadora do mundo no Globe Soccer Awards, ficando atrás apenas da espanhola Alexia Putellas.

Sua passagem pelo clube madrileno tem sido notável, com 10 partidas, dois gols e quatro assistências. Além disso, ela foi bicampeã da Liga Feminina Colombiana, em 2021 com o América de Cali e em 2019 com o Deportivo Cali, e foi vice-campeã da Copa América Feminina de 2022.

Essas jogadoras têm se destacado em suas carreiras e têm contribuído para o crescimento e o reconhecimento do futebol feminino ao redor do mundo. Seus feitos e conquistas as tornam verdadeiras lendas do esporte, inspirando gerações futuras de jogadoras a brilhar.

**FONTES:**  
UOL;  
BBC;  
BANCOBMG;



# OS RECORDES QUEBRADOS NA COPA DO MUNDO 2023

**POR MARIELI FREITAS**

## Ponto Facultativo

Assim como no Mundial masculino, alguns lugares, pela primeira vez, vão liberar seus funcionários para verem a seleção brasileira. O governo federal, alguns governos estaduais e algumas prefeituras decretaram ponto facultativo na administração pública quando Marta & Cia entraram em campo. No setor privado, ficou a critério das empresas liberar para ver o jogo fora do trabalho ou oferecer espaços com telão. O ponto facultativo em dias de jogos é uma medida tradicionalmente adotada na Copa do Mundo masculina de futebol.

## Audiência das partidas

Também tivemos alguns recordes de audiência nos jogos, durante a primeira rodada da Copa do Mundo Feminina, a CazéTV já alcançou mais de 8.553.272 de pessoas.

Os números consideraram a partir da estreia da Copa, com as Seleções sedes da competição estreando no Mundial e terminaram na madrugada passada, quando todos os 32 países entraram em campo.

Já no primeiro dia, o recorde brasileiro de um jogo de futebol feminino, que era de 120 mil conexões simultâneas foi pulverizado. Mas poucos jogos depois, o recorde mundial – que até então tinha um registro de 250 mil conexões simultâneas – ficou pra trás. A estreia do Brasil contra o Panamá bateu a marca de 1.1 milhão de aparelhos conectados e foi o jogo mais visto até agora. Nessa semana, a CazéTV anunciou uma novidade para suas transmissões da Copa do Mundo Feminina 2023. O canal exibiu ao vivo os jogos da competição dentro do aplicativo do iFood, que é um de seus principais patrocinadores. A iniciativa ocorreu fruto da parceria da CazéTV com o McDonald's, outro parceiro das transmissões do Mundial feitas pelo canal no YouTube.

O confronto entre Brasil e França, válido pela segunda rodada do grupo F da Copa do Mundo Feminina 2023, realizada na Austrália e na Nova Zelândia, rendeu boas audiências para as emissoras que exibiram a partida nas Tv aberta e fechada. A Globo registrou sua maior audiência para a faixa horária (das 7h às 9h) dos sábados, nos últimos 15 anos. De acordo com a Kantar Ibope Media, a emissora marcou 16 pontos no Painel Nacional de Televisão (PNT), que equivale à somatória dos números obtidos pela empresa na medição eletrônica realizada nas 15 maiores regiões metropolitanas do país. O aumento da audiência da Globo em relação à média desse horário aos sábados foi de 171%. Em São Paulo, a emissora marcou 15 pontos com o jogo da Copa Feminina, crescimento de 142%, enquanto no Rio de Janeiro ela cravou 18 pontos, o que representa 175% a mais.

Cada ponto de audiência medido pela Kantar Ibope Media equivale a 76.953 residências ou 206.674 indivíduos na Grande São Paulo. Já no Rio de Janeiro, um ponto representa 49.547 domicílios ou 125.405 pessoas. No PNT, um ponto corresponde a 268.083 casas ou 717.088 espectadores.

Já o sportv também obteve bons números de audiência, com sua média aumentando em dez vezes, no horário do jogo. Os dados prévios indicam que o canal do Grupo Globo garantiu a liderança na TV por assinatura, na manhã deste sábado. Nas redes sociais, os termos Luís Roberto e Caio Ribeiro figuraram, ao lado da hashtag #copadomundofeminina, entre os assuntos mais comentados do Twitter, no momento em que Brasil x França era transmitido.

O início da Copa do Mundo Feminina foi um sucesso de audiência, tanto nos públicos dos estádios quanto nas televisões de Austrália e Nova Zelândia. As estreias das duas anfitriãs quebraram recordes de alcance nas emissoras dos países que sediaram a competição. A partida entre Nova Zelândia e Noruega, que abriu a Copa do Mundo, registrou em território neozelandês a maior audiência de um jogo de futebol em mais de 20 anos - entre homens e mulheres. Mais de um milhão de pessoas acompanharam a vitória da seleção da casa sobre as norueguesas. Segundo dados da FIFA, 39% das televisões ligadas estavam transmitindo a primeira vitória co anfitriã Austrália também teve recordes. Durante a vitória contra a Irlanda, estreia das "Matildas" na Copa do Mundo, a transmissão teve um pico de 2,29 milhões de pessoas no país assistindo ao jogo.

Foi a maior audiência de um jogo da Copa do Mundo Feminina já registrada no país. Em porcentagem, os números são ainda mais impressionantes - cerca de 46,2% dos habitantes que estavam assistindo à televisão sintonizaram no Mundial.ria da Nova Zelândia em Mundiais.

## Mulheres à frente da seleção

A delegação será em número recorde: 31 pessoas, sendo 17 mulheres - mais da metade da equipe, uma mulher também comandará a seleção pela primeira vez em uma Copa. Para nível de comparação, nas Olimpíadas de 2016, a seleção brasileira não tinha mulheres na comissão técnica.

Pela primeira vez, a seleção viajou em voo fretado para uma Copa Feminina, o que permitiu que a comissão técnica escolhesse o melhor horário de decolagem e trajeto até Gold Coast, no litoral Leste australiano, onde a seleção fez as duas primeiras semanas de treino no país da Copa. A aeronave que levou a seleção feminina também carregou mensagens de apoio às mulheres que sofrem discriminação, escritas em inglês na fuselagem:

"Nenhuma mulher deveria ser forçada a cobrir a cabeça"

"Nenhuma mulher deveria ser morta por não cobrir a cabeça"

"Nenhum homem deveria ser enforcado por dizer isso"

Entre as novidades anunciadas na convocação está a criação do Núcleo de Saúde e Performance, que contará, entre outros profissionais, com a ginecologista Tathiana Parmigiano, especialista em medicina esportiva e a Marina Gusson, primeira psicóloga a participar de todo o ciclo de Copa do Mundo de uma Seleção Brasileira - masculina e feminina. Nos últimos quatro anos, além de acompanhar as jogadoras, ela ajudou a Pia Sundhage, técnica do time a se conectar com as jogadoras.



*FONTES:  
OGLOBO;  
MKTESPORTIVO;  
GE.GLOBO;*

# AS SEDES DA COPA DO MUNDO FEMININA: UMA VIAGEM PELAS CIDADES ANFITRIÃS

**POR EMILY TAISSA**

A tão esperada Copa do Mundo Feminina de 2023 chegou, e com ela, a empolgação para conhecer as cidades anfitriãs que irão receber esse evento esportivo, o qual promete emocionar os fãs de futebol. Diferente das edições anteriores, desta vez a competição está sendo realizada em algumas cidades da Austrália e Nova Zelândia, proporcionando uma experiência única tanto para os times participantes quanto para nós espectadores.

Vem comigo para conhecer cada uma delas.

São cinco cidades da Austrália, e vamos começar conhecendo Sidney. Ela é a maior cidade do país e é conhecida por seu famoso porto, com a icônica Sydney Opera House e a Sydney Harbour Bridge. É um importante centro financeiro, cultural e turístico, com belas praias, parques e uma cena artística vibrante.



**SIDNEY**

Já Adelaide, é localizada na região sul da Austrália, seus parques extensos, festivais culturais e eventos esportivos são o que fazem dela conhecida. É uma cidade cosmopolita, de grandes centros urbanos, onde existem pessoas de vários países diferentes, e onde é possível notar uma rica influência de diversas culturas na gastronomia, arquitetura, costumes, forma de vestir, artes, tradições etc.



**ADELAIDE**



**BRISBANE**

A terceira cidade que será sede da Copa do Mundo Feminina é Brisbane. Situada no estado de Queensland, possui um clima subtropical e é cercada por belas paisagens naturais. É uma cidade animada com uma mistura de arquitetura moderna e histórica, além de oferecer muitas atividades ao ar livre. Os cenários são apaixonantes :)

Rufem os tambores para Melbourne. Essa cidade é famosa por sua cultura artística, cafés, restaurantes e eventos esportivos, especialmente o Australian Open, um dos principais torneios de tênis do mundo. A cidade tem uma atmosfera única e é frequentemente considerada uma das cidades mais habitáveis do mundo.

Por fim, a quinta cidade, Perth. Localizada na costa oeste da Austrália, a cidade é conhecida por suas praias deslumbrantes, clima ensolarado e estilo de vida descontraído. É uma cidade moderna e cosmopolita com uma cena cultural e gastronômica em constante crescimento.



**MELBOURNE**



**BRISBANE**

Na Nova Zelândia, quatro cidades serão anfitriãs. E são elas: Auckland. É a maior cidade da Nova Zelândia e fica na Ilha do Norte. É cercada por belas paisagens, com vulcões adormecidos e praias impossíveis de não serem visitadas, caso você tenha interesse em ir para lá. É um importante centro econômico do país, com uma rica mistura de culturas e atividades de lazer.

Dunedin fica na Ilha do Sul. Tem uma atmosfera escocesa distinta. É famosa por sua arquitetura vitoriana, universidades de renome e vida selvagem única, incluindo uma colônia de pinguins na Península de Otago. Não sei vocês, mas eu preciso ir para lá algum dia.

Uma cidade amigável e acolhedora, com fácil acesso a destinos turísticos populares. Hamilton está situada na Ilha do Norte do país e é conhecida por sua agricultura próspera e belos jardins, como os jardins Hamilton Gardens, que são a coisa mais linda, juro.

E por último, mas nem por isso menos importante, Wellington, a capital da Nova Zelândia. Na ponta sul da Ilha do Norte, é uma cidade compacta, com uma cena cultural vibrante, ótimos restaurantes e belas paisagens costeiras. É também o lar do Parlamento da Nova Zelândia e da famosa estátua "Wellywood" da Weta Workshop.

Espero que você tenha gostado deste mochilão que fizemos por meio das cidades anfitriãs da Copa do Mundo Feminina 2023. Quem sabe um dia a gente conheça de perto, né? :)

Beijão! Emi sz

FONTE:  
OLYMPICS;



AUCKLAND



WELLINGTON



HAMILTON



DUNEDIN

# COPA DO MUNDO COMO EMPODERAMENTO FEMININO

 **POR CAROLINE IZUCK**

Gooooooooooooooooooooo! É do Brasil!!

Com milhares de telespectadores e torcedores assistindo ao primeiro chute na bola, a Nova Zelândia teve o maior público na história do futebol no país, no início da Copa do Mundo Feminina de 2023. A equipe brasileira chegou ao torneio esbanjando experiência e juventude com um time mixado em jogadoras renomadas e novos talentos que estão brilhando nos últimos anos.

Atualmente estamos vivendo a 9ª edição do Mundial feminino, que vem trazendo grande representatividade e inclusão no mundo do esporte. A presença de mulheres, como líderes ou técnicas, traz-nos uma visão de diversidade ainda mais forte no esporte atual, fortalecendo a cultura de decisões justas e inclusivas de todas as formas possíveis nos jogos.

A frase “esporte não tem gênero”, faz cada vez mais sentido e ganha cada vez mais força, no processo de empoderamento feminino, que quebra as barreiras sociais que ainda especulam entre nós.

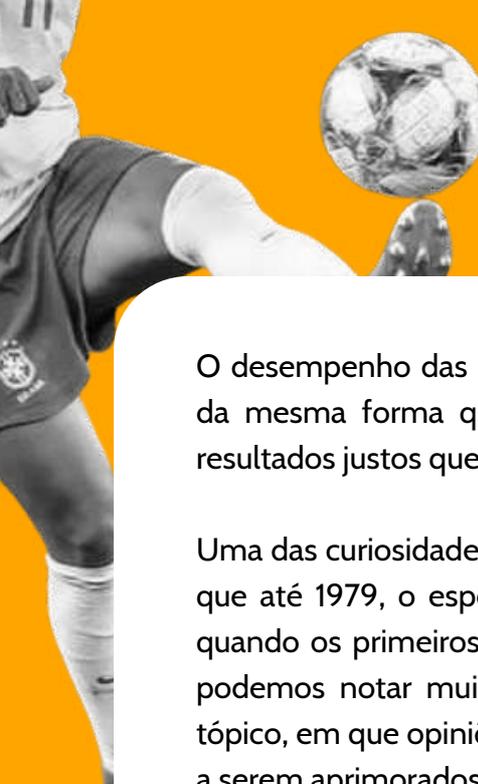
A frase “esporte não tem gênero”, faz cada vez mais sentido e ganha cada vez mais força, no processo de empoderamento feminino, que quebra as barreiras sociais que ainda especulam entre nós.

O desempenho das atletas também diz respeito às questões de equidade, visto que da mesma forma que os atletas masculinos, o esforço dedicado ao esporte traz resultados justos que devem ser admirados e valorizados indiferente de gêneros.

Uma das curiosidades sobre o Mundial de 2023 mais importante, talvez seja o fato de que até 1979, o esporte feminino era proibido no Brasil e havia muito preconceito quando os primeiros times femininos começaram a surgir pelo mundo. Atualmente, podemos notar muitas melhorias nos comportamentos da sociedade para com o tópico, em que opiniões foram sendo reformuladas, mas ainda existem muitos pontos a serem aprimorados justamente.

Inclusive, uma das nossas principais jogadoras, Marta Vieira, é atualmente embaixadora da ONU mulheres até 2030. A jogadora que é defensora dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, luta principalmente pela ODS nº 5 que fala exclusivamente sobre a igualdade de gênero. Trazendo suas experiências do mundo esportivo, ela ajuda a desafiar os estereótipos e trazer novos padrões para a sociedade por meio do esporte.

O reconhecimento e valorização do futebol feminino, ajuda a promover não somente a igualdade de gênero, mas oportunidades justas e uma sociedade mais inclusiva, trazendo ainda mais conscientização sobre o assunto.



# BRASIL

*FONTES:*  
LINKEDIN;  
IPCIG;  
PROJETOCOLABORA;  
ONUMULHERES;

MUNDO DA PUBLICIDADE  
EDIÇÃO 29



# A HISTÓRIA DA COPA DO MUNDO FEMININA DE FUTEBOL

**POR ANAH RIBEIRO**

A Copa do Mundo Feminina de Futebol é um evento esportivo internacional que atrai milhões de espectadores em todo o mundo e celebra a excelência das mulheres no futebol, este ano (2023) a competição recebe mais atenção do que nunca.

Essa competição, que ocorre a cada quatro anos, tem uma história rica e empolgante que reflete a evolução do papel da mulher no esporte e na sociedade. Neste texto, eu vou te contar um pouco mais sobre a jornada da Copa do Mundo Feminina, desde suas origens até os dias atuais.

## Origens e Primeiros Passos

A ideia de uma Copa do Mundo Feminina começou a ganhar força na década de 1960. Naquela época, o futebol feminino ainda era pouco difundido e muitas vezes desencorajado, com poucas oportunidades de competição. No entanto, um marco importante ocorreu em 1970, quando a Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA) decidiu organizar o primeiro grande campeonato de futebol feminino nacional, na Itália, a Coppa del Mondo, considerada como a primeira copa extraoficial no futebol feminino.

## A Primeira Copa do Mundo Feminina

A primeira Copa do Mundo Feminina foi realizada em 1991, na China. Com apenas 12 equipes participantes, o torneio foi uma revelação para o mundo do futebol feminino. A seleção dos Estados Unidos saiu vitoriosa, conquistando o título ao derrotar a Noruega na final. O sucesso da competição levou a um aumento significativo na popularidade do futebol feminino em muitos países, com mais mulheres se envolvendo no esporte e atraindo um número cada vez maior de torcedores.

## Desenvolvimento e Crescimento

Após o sucesso da primeira edição, a Copa do Mundo Feminina continuou a crescer e se desenvolver ao longo dos anos. A FIFA aumentou o número de participantes para 16 na edição de 1995, na Suécia, e para 24 na edição de 2015, no Canadá. Essa expansão proporcionou oportunidades para mais equipes competirem e elevou o nível do futebol feminino em todo o mundo.

À medida que a competição ganhava destaque, surgiram novas estrelas do futebol feminino, que se tornaram ícones e inspirações para meninas e mulheres ao redor do globo. Jogadoras como Michelle Akers, Mia Hamm, Marta e Abby Wambach deixaram uma marca indelével na história do esporte e ajudaram a impulsionar a Copa do Mundo Feminina para uma nova era de prestígio e reconhecimento.

## Momentos Memoráveis

As Copas do Mundo Femininas têm sido palco de momentos emocionantes e inesquecíveis. Desde gols espetaculares a jogos emocionantes, essas competições têm proporcionado momentos que ficarão para sempre na memória dos fãs de futebol e, principalmente, nos corações de jovens garotinhas que sonham em ser jogadoras de futebol.

Uma das finais mais memoráveis ocorreu em 1999, nos Estados Unidos, quando a seleção norte-americana enfrentou a China no Estádio Rose Bowl, em Pasadena. Com mais de 90 mil espectadores presentes, o jogo foi decidido nos pênaltis, e Brandi Chastain marcou o gol da vitória para os EUA. Esse momento icônico, em que Chastain celebrou o gol tirando a camisa e caindo de joelhos, tornou-se uma das imagens mais icônicas da história do futebol.



## Impacto na Sociedade e Legado

A Copa do Mundo Feminina de Futebol tem tido um impacto profundo na sociedade, ajudando a desafiar estereótipos de gênero e promovendo a igualdade no esporte. À medida que o futebol feminino cresce em popularidade, mais investimentos são feitos para melhorar as condições de treinamento, infraestrutura e remuneração para as jogadoras. Inclusive, o ano de 2023 foi um marco em número de patrocinadores e investidores no torneio.

O legado da Copa do Mundo Feminina também se estende além do esporte, servindo como um catalisador para a mudança social e para a luta pelos direitos das mulheres em todo o mundo. À medida que as jogadoras se tornam modelos para uma nova geração de jovens atletas, elas também se tornam vozes influentes na luta por igualdade de gênero e empoderamento feminino.

A história da Copa do Mundo Feminina de Futebol é uma jornada emocionante e inspiradora que reflete a resiliência e a determinação das mulheres no esporte. Desde suas origens humildes até se tornar um evento global de destaque, a competição tem contribuído para o crescimento e desenvolvimento do futebol feminino e tem deixado um legado duradouro na sociedade. Com cada edição, a Copa do Mundo Feminina continua a romper barreiras e a pavimentar o caminho para um futuro mais inclusivo e igualitário no mundo do esporte.

**FONTES:**  
OLYMPICS;  
BRASILESCOLA;



# CARTA ao leitor

É com uma mistura de orgulho e gratidão que apresentamos a vocês esta edição especial da nossa revista do curso de Publicidade e Propaganda da UNIFEBE. Cada página que vocês, leitores e leitoras, folheiam, cada palavra que vocês leem, é um testemunho do talento, da paixão e do comprometimento dessas mulheres incríveis que fazem a revista mensalmente. Elas são as responsáveis por dar vida às histórias, às ideias e às visões que permeiam esta Revista do Curso de P&P.

Esta edição é mais do que uma mera celebração do esporte. Ela é uma celebração da força, da resiliência e do espírito inabalável das mulheres que, com cada palavra escrita e cada design criado, desafiam fronteiras e inspiram a todos nós a sonhar mais alto. Elas personificam a essência da Publicidade e Propaganda, pois são mestras em contar histórias que transcendem as páginas e tocam nossos corações.

Ao homenagear as mulheres do nosso time editorial, estou, na verdade, homenageando todas as mulheres que agiram para a nossa sociedade, que lutam por igualdade, que quebram estereótipos e que se destacam em suas respectivas áreas. Elas são um fluxo constante de que a diversidade é nossa maior força e que cada voz, cada perspectiva, tem o poder de enriquecer e transformar o mundo ao nosso redor.

Que esta edição seja uma inspiração para todos nós, mostrando-nos que o trabalho árduo, o comprometimento e a paixão criam resultados extraordinários. E, às mulheres incríveis do nosso time editorial, o meu mais sincero agradecimento por moldarem uma revista que não apenas informa, mas também inspira, empodera e enche nossos corações de tanto amor.

# CARTA

Agora, direciono a minha fala ao Time Feminino da Revista Mundo da Publicidade: E o que seria desta revista sem o olhar certo das nossas redatoras? Elas não escrevem, elas pintam com as palavras, trazem as histórias mais maneiras e fazem a gente grudar nas páginas. Como designers? Ah, essas aí são as verdadeiras mágicas das cores, formas e estilos, transformam ideias em obras de arte. E as mestras das redes sociais? Elas sabem como ninguém como engajar, interagir e criar buzz.

Então, nessa edição mega especial da revista, quero dar aquele mega high five, aquele abraço coletivo, aquele grito de guerra com megafone: **MULHERES, VOCÊS SÃO O MÁXIMO!** Obrigado por levarem esta revista a um patamar acima das nuvens, por trazerem seu talento e por serem simplesmente vocês mesmas. Vamos continuar arrasando, crescendo juntos e mostrando pro mundo que a comunicação tem nome, sobrenome e muita, mas muita atitude feminina!



**Um mega abraço, Thiago :)**

**PARTE DA**  
**AO**  
**MAIOR**