

Reflexo
nos ambientes
de trabalho

edição 30



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.



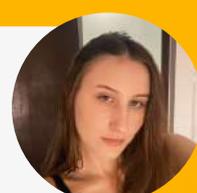
Marieli Freitas

A Mari adora escutar podcasts e ficar de olho no Youtube para trazer novas ideias. Além de arrasar nos textinhos.



Jéssica dos Santos

A Jéssica chegou para somar no time, responsável por escrever matérias incríveis.



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 é quem busca os assuntos das edições. Adora tudo o que for relacionado a publicidade e a comunicação.



Luana Grandi

A Luana além de trazer conteúdos incríveis e amar escrever, ela adora ler livros de romance e assistir séries.



Talita Gonçalves

A Talita é a responsável pelo desenvolvimento dos stories. Ama fotografar, criar, desenhar e por aí vai...

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

Q

ueridos leitores e queridas leitoras!

É com imensa satisfação que damos as boas-vindas a 30ª edição da revista de Publicidade e Propaganda, um marco significativo em nossa jornada dedicada à disseminação do conhecimento e daquilo que tanto amamos: comunicação.

Ao longo dessas tantas edições, testemunhamos as extraordinárias transformações que a Publicidade e Propaganda atravessou. Da revolução digital à crescente importância da narrativa autêntica, presenciamos a evolução constante dessa ciência tão apaixonante. E aqui estamos, mais uma vez, com uma edição que reflete não apenas o passado, mas também o presente e o futuro que nos aguarda.

O tema desta edição, "Cultura Profissional", surge como uma luz no fim do túnel em meio às complexidades e desafios do cenário contemporâneo. A cultura profissional não é apenas uma etiqueta, mas um guia que permeia cada campanha, cada estratégia e cada interação. Explorar as nuances dessa cultura é adentrar no coração pulsante da nossa indústria, em que ética, criatividade e estratégia convergem.

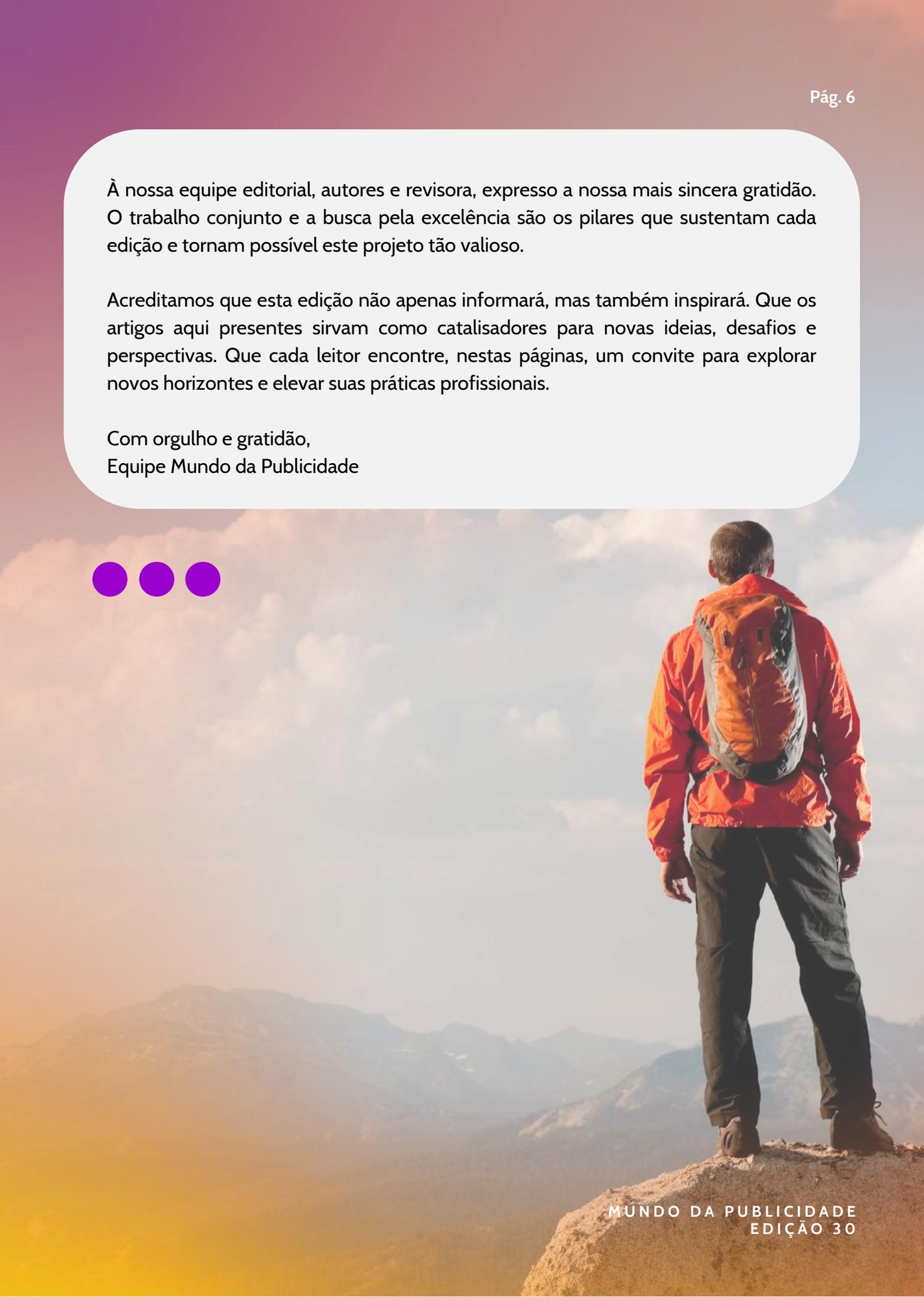
Nossos alunos, dedicados e apaixonados, têm se empenhado incansavelmente para apresentar artigos de alta qualidade que refletem suas perspectivas inovadoras e sua compreensão da Publicidade e Propaganda. Em cada página, você encontrará não apenas informações, mas também textos elaborados pelos estudantes do curso feitos com muita paixão e dedicação.



À nossa equipe editorial, autores e revisora, expresso a nossa mais sincera gratidão. O trabalho conjunto e a busca pela excelência são os pilares que sustentam cada edição e tornam possível este projeto tão valioso.

Acreditamos que esta edição não apenas informará, mas também inspirará. Que os artigos aqui presentes sirvam como catalisadores para novas ideias, desafios e perspectivas. Que cada leitor encontre, nestas páginas, um convite para explorar novos horizontes e elevar suas práticas profissionais.

Com orgulho e gratidão,
Equipe Mundo da Publicidade



O TRABALHO QUATRO

DIAS POR SEMANA

POR LUANA GRANDI



Quando você pensa que já trabalhou 4 horas, mas só passou 17 minutos.

A ideia da semana de trabalho de apenas quatro dias por semana não é nova e tem raízes lá da década de 1920, quando a Ford propôs essa abordagem visando aumentar a produtividade e proporcionar aos trabalhadores um descanso mais prolongado. No entanto, foi a pandemia de COVID-19 que trouxe à luz a importância de equilibrar as demandas profissionais com a vida pessoal.

Em resposta às mudanças nas expectativas dos funcionários e nas dinâmicas do trabalho impulsionadas pela tecnologia, várias empresas e países ao redor do mundo começaram a experimentar a semana de trabalho de quatro dias. Essa abordagem não apenas busca melhorar o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, mas também promete impactos positivos no bem-estar mental e físico dos trabalhadores, reduzindo o estresse e aumentando a satisfação no trabalho. Países como Dinamarca, França, Espanha e Islândia estão na vanguarda dessa tendência, priorizando a qualidade de vida e a eficiência.

Algumas nações, como Portugal, que historicamente tiveram jornadas de trabalho longas, também estão considerando a implementação dessa nova abordagem. Mesmo os Estados Unidos, um país conhecido por suas longas horas de trabalho, estão explorando a semana de trabalho de quatro dias como um meio de melhorar a eficiência e o bem-estar dos funcionários.

O debate em torno dessa abordagem está na busca do equilíbrio entre produtividade e qualidade de vida. A semana de trabalho de quatro dias desafia a suposição tradicional de que mais horas no trabalho se traduzem diretamente em maior produtividade. Em vez disso, propõe que os colaboradores mantenham sua carga de trabalho em um período mais curto, mantendo o mesmo nível de eficiência e foco. A adição de um dia extra de folga pode resultar em mais tempo para descanso, cuidados pessoais, lazer e convívio familiar.

Entretanto, a adoção dessa abordagem não é isenta de obstáculos. Em indústrias que operam em turnos ou que demandam funcionamento contínuo, a semana de trabalho de quatro dias pode ser inviável. Além disso, há preocupações sobre a manutenção da mesma produtividade em um período mais curto e sobre como as empresas podem se ajustar para atender às necessidades dos clientes.

Podemos perceber algumas vantagens e desvantagens ao longo desse tema, com alguns aspectos:

Vantagens:

Redução de custos: uma semana com apenas quatro dias de trabalho subentende um dia por semana em que nenhum colaborador está na empresa, o que reduz as contas de luz e água da companhia.

Aumento da produtividade dos colaboradores: colaboradores sobrecarregados e habituados a fazer horas extra são, ao contrário do que se possa pensar, menos produtivos do que aqueles que fazem o seu horário normal. Com o equilíbrio é muito melhor para todos.

Gestão eficiente do tempo: com apenas quatro dias de trabalho por semana, os colaboradores necessitam de ter maior foco e atenção na concretização das suas tarefas.

Equilíbrio entre a vida pessoal e profissional: a concretização de uma semana com quatro dias de trabalho permite maior disponibilidade para a vida fora da empresa. Consequentemente, aumentam os níveis de satisfação e felicidade.

Desvantagens:

Regime não aplicável a todas as empresas: há várias indústrias que trabalham 24 horas por dia, sete dias por semana, portanto, esse regime pode não ser aplicável;

Difícil adaptação: esse tipo de modelo necessita de adaptação e mudança não só pelas empresas, mas também pelos colaboradores, que terão de concretizar as suas tarefas semanais em quatro dias;

Risco da diminuição da satisfação do cliente: com uma semana de quatro dias de trabalho, há menos um dia disponível para atendimento ao cliente. Criando uma barreira entre empresa e cliente.

Má aplicação deste regime de trabalho: a legislação é bastante clara quanto ao objetivo, que não é concretizar em quatro dias o que necessita de ser realizado em cinco. É aumentar os níveis de produtividade dos colaboradores, que realizaram as suas tarefas de forma mais eficiente e eficaz.

Em resumo, a semana de trabalho de quatro dias apresenta vantagens significativas, no entanto, também apresenta desafios. Em um mundo em constante evolução, as empresas devem considerar cuidadosamente esses aspectos ao decidir sobre a adoção dessa abordagem, buscando uma harmonia entre as necessidades dos colaboradores, as demandas dos negócios e as mudanças nas expectativas em relação ao trabalho.

Após explorar diversas perspectivas, destacando vantagens e desvantagens, estamos capacitados a formar nossas próprias conclusões sobre esse assunto. Embora haja consideráveis benefícios potenciais, a tomada de decisão exige uma análise cuidadosa para que cada empresa faça a escolha mais apropriada para suas circunstâncias individuais.

FONTES:

PONTOTEL;

FACTORIALHR;

BBC;

A IMPORTÂNCIA DA ATUALIZAÇÃO CONSTANTE DE HABILIDADES NA INDÚSTRIA PUBLICITÁRIA

POR MARIA EDUARDA BAUMGARTNER

A Publicidade é uma indústria ativa no mercado da comunicação de marketing entre empresas de produtos e serviços, e especificamente na relação pública e comercial. Ela é parte de um todo que chamam de “estratégias de comunicação”, ou conjunto de meios adotados para levar o produto ou serviço ao conhecimento do público alvo. Afinal, a indústria publicitária tem como objetivo atrair a atenção, persuadir resultando na ação do consumidor.

Trata-se, portanto, de uma atividade multidisciplinar que é válida em diversas áreas do conhecimento para difusão do comercial de produtos, tais como: estudo, pesquisa, planejamento, criação, produção, veiculação, gestão e controle. A indústria criativa em torno da publicidade tem veículos, anunciantes, consultorias, produtoras e muitos outros. Esse volume de opções amplia as possibilidades de quem quer entrar nesse mundo e também exige o aperfeiçoamento dos profissionais que já estão por dentro.

A tecnologia e novos hábitos têm ocasionado mudanças no comportamento de quem consome, impactando diretamente o mercado que produz a mensagem para o receptor. Por isso, a atualização constante tornou-se uma necessidade para todos os profissionais que desejam se destacar e ter sucesso. Este é um mercado que vem mudando ao longo dos anos, trazendo diversas novas ferramentas e formas de exercer a profissão.

Para todo bom profissional de mídia e comunicação existem habilidades e competências, ou melhor *soft skills* para ampliar as oportunidades de carreira e seguir as demandas do mercado e pensando, principalmente, no futuro da publicidade.

Considerando que a *skill* básica do publicitário se baseia no talento, dedicação e técnica, precisamos levar em consideração a inteligência cultural e a capacidade de acompanhar e antecipar tendências de uma forma global. Procurar ser sempre claros com os objetivos, apoiar a diversidade, ser mais humanos e flexíveis às mudanças.

O publicitário do futuro já não é mais tão do futuro assim. Ele já é presente. Para ser um bom profissional hoje é preciso alguns ingredientes que julgo fundamental, como, foco em tecnologia, conteúdo, cultura e dados. Mauro Ramalho, CCO da Publicis.

“As competências, são: antropologia, sociologia, compliance e craft. Os livros sobre o ser humano na sociedade pós-verdade, como parte de um grupo, ou parte de uma bolha, sequer foram escritos. E precisam ser. O ser humano evolui em complexidade. Entendê-lo é mais do que ver dados e pesquisas. Compliance no financiamento de conteúdos. Vimos o quanto o ódio e as fake news trazem de lucro para algumas poucas empresas. E tudo isso bancado com verba publicitária que deveria estar construindo algo. E, finalmente, o craft. Essa competência precisa ser valorizada pela indústria, pois a audiência está evoluindo rapidamente em conteúdos cada vez melhor produzidos. O cinema e o streaming hoje possuem qualidade extrema. É necessário que a publicidade acompanhe em melhores ideias, roteiros etc.” Flavio Waiteman, sócio e CCO da Tech and Soul

O profissional precisa ter vontade de aprender. E mais, ele tem que ser dinâmico, híbrido, saber se adaptar às adversidades, ter capacidade de articulação, pensamento analítico e flexibilidade. É preciso estudar sobre tecnologia, dados e algoritmos ainda mais com tanto conteúdo gratuito na internet. Mariana Sá, CCO da WMcCann.

Concluindo, por trás de todo lucro e vendas do mercado publicitário estão os mais importantes, as pessoas, os consumidores e, por isso, o profissional que melhor conhecer os comportamentos e estímulos desse grupo, estará mais apto ao sucesso profissional.

FONTES:
LINKEDIN;
CANALTECH;
PROPMARK;



DICAS PARA PROMOVER O BEM-ESTAR FÍSICO E MENTAL NO AMBIENTE DE TRABALHO

POR BIANCA BEUTING

O bem-estar no ambiente de trabalho é essencial para uma pessoa feliz e realizada, pois é o lugar onde passamos a maior parte do nosso tempo. Por isso, é necessário considerar os diversos fatores que podem impactar nesse sentido. Resolvemos trazer, primeiramente, os tipos de bem-estar para que você possa conhecer e aplicar na sua vida profissional ou pessoal:

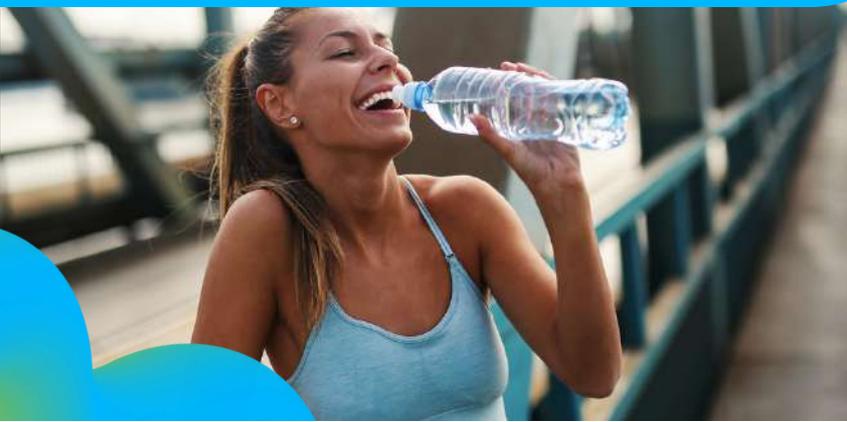
Bem-estar físico:

O bem-estar físico está ligado às questões do corpo. Precisamos estar saudáveis, em um ambiente bem cuidado para que não adoecemos. Portanto, é necessário um local com banheiro, água, mesas e cadeiras confortáveis, boa iluminação, limpeza, organização e uma temperatura adequada. Além disso, a prática de atividade física é importante.



Bem-estar mental:

O bem-estar mental está relacionado a questões como estresse e pressão. Para isso, a terapia, práticas relaxantes como meditação e pausas são muito importantes para manter o equilíbrio mental.



Bem-estar social:

O bem-estar social diz respeito às relações interpessoais na empresa. Ninguém gosta de se sentir isolado, e isso pode ser um fator contribuinte para episódios de ansiedade e depressão. Portanto, é crucial interagir com os colegas de trabalho.

Bem-estar financeiro:

O dinheiro é essencial na vida e a sua falta pode impactar as pessoas de forma muito negativa. Por isso, salários justos, bons benefícios e recompensas baseadas em metas e produtividade são importantes para promover o bem-estar financeiro.

Abaixo, compartilhamos algumas dicas para promover o bem-estar físico e mental no ambiente de trabalho:

Interação entre colaboradores:

Estabeleça contato com os outros membros da equipe. Happy hours, dinâmicas e trocas de ideias são ótimas formas de criar laços entre os colegas, tornando o ambiente mais agradável e confortável.

Melhorias no ambiente:

Mantenha o espaço de trabalho limpo, organizado e livre de elementos que possam causar desconforto. Invista em melhorias estruturais e ergonômicas, proporcionando conforto durante o trabalho.

Saúde física:

Pratique atividades físicas ou implemente alongamentos durante a jornada de trabalho.

Saúde mental:

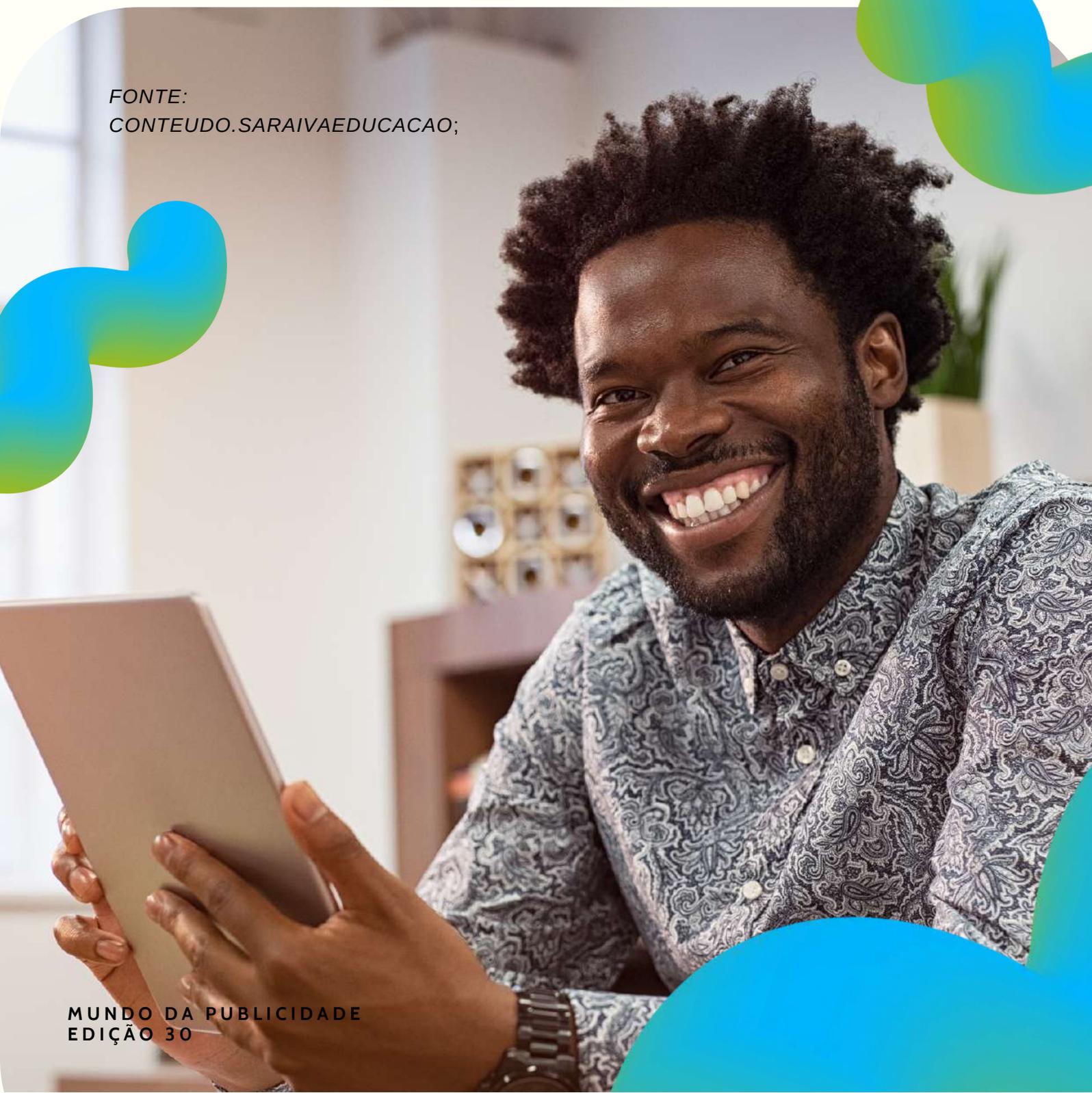
Faça terapia, se necessário, ou converse com pessoas do seu círculo social. Além disso, o descanso também é extremamente importante para evitar o desgaste mental.

Plano de carreira:

Estabeleça um plano de carreira claro e estruturado. Pratique o autoconhecimento e entenda quais são as possibilidades de crescimento na empresa em que está, ou quais são seus planos futuros e o que pode fazer para alcançá-los.

Investir no bem-estar no ambiente de trabalho é de extrema importância e reflete em outras áreas da vida. Portanto, ao utilizar essas dicas, você conseguirá alcançar uma maior produtividade e felicidade no trabalho.

*FONTE:
CONTEUDO.SARAIVAEDUCACAO;*



EMPRESAS QUE POSSUEM ESPAÇOS DE TRABALHOS

INOVADORES

AND

INSPIRADORES

POR JÉSSICA DOS SANTOS

O tempo passou, e as empresas passaram a inovar em seus ambientes de trabalho. O que um dia já foi frio, chato e burocrático, veio a ser inspirador, com um estilo mais informal, às vezes beirando o lúdico, na esperança de tornar o ambiente de trabalho um lugar mais proveitoso e, assim, estimular seus funcionários, deixando-os felizes, inspirados e aumentando a produtividade. Além do que construir um ambiente inovador, estimulando a criatividade e a busca por soluções disruptivas, permite o crescimento e a sustentação dos negócios.

Isso porque um espaço de trabalho que incentiva a inovação ajuda a quebrar barreiras e transformar ideias em ações. Desse modo, permite o crescimento e a sustentação dos negócios.

Tendo em vista a importância de contar com a inovação nos ambientes de trabalho, vale a pena conferir três exemplos de empresas que adotaram esse tipo de ambiente!

Spotify:

Com sedes em Nova York e Estocolmo, o Spotify é responsável por um serviço musical em streaming digital, no qual o usuário é capaz de montar sua própria trilha sonora de acordo com o seu gosto. Seus escritórios contam com uma linguagem bastante descontraída, com pufes, sofás, uma pequena biblioteca e fliperamas para os momentos de ócio criativo de seus funcionários. A empresa também organiza eventos nos quais todos apresentam suas habilidades musicais – o que conversa diretamente com a proposta do Spotify - os funcionários podem ainda tomar um merecido café e fazer as refeições ao longo do dia em uma cozinha estilizada e pensada para eles



Facebook:

Com sedes em Nova York e Estocolmo, o Spotify é responsável por um serviço musical em streaming digital, no qual o usuário é capaz de montar sua própria trilha sonora de acordo com o seu gosto. Seus escritórios contam com uma linguagem bastante descontraída, com pufes, sofás, uma pequena biblioteca e fliperamas para os momentos de ócio criativo de seus funcionários. A empresa também organiza eventos nos quais todos apresentam suas habilidades musicais – o que conversa diretamente com a proposta do Spotify - os funcionários podem ainda tomar um merecido café e fazer as refeições ao longo do dia em uma cozinha estilizada e pensada para eles



Google:

Talvez uma das maiores referências quando falamos de empresas com escritórios criativos seja o Google. Misturando um design “clean” e lúdico, a decoração dos escritórios do Google ilustra a irreverência e a busca pela inovação na hora de transformar seus espaços para o bem-estar de seus funcionários. É uma das empresas que recorrem ao tobogã como um apelo jocoso para o entretenimento dos funcionários. Salas de leituras, de jogos, salas de descanso, uma pequena lanchonete e até uma academia fazem parte da proposta arrojada da empresa.

Em resumo, uma empresa com ambientes de trabalho favoráveis à inovação e inspiração, tendem a ter profissionais que pensam fora da caixa e sempre dispostos a explorar novas ações e soluções, ajudando a empresa a se destacar diante do mercado e de outras empresas.

FONTES:

DESIGNERD; KALENDAE; BLOG.AEVO;

COMO O TRABALHO REMOTO IMPACTOU A INDÚSTRIA PUBLICITÁRIA

POR EMILY TAISSA RAMOS

A indústria publicitária é conhecida por sua criatividade, colaboração e ritmo acelerado. No entanto, com a chegada do trabalho remoto, uma revolução silenciosa começou a transformar a maneira como as agências de publicidade operam. Como flexibilidade nas contratações, antes do advento do trabalho remoto, as agências de publicidade muitas vezes se restringiam a contratar talentos locais. Agora, com equipes distribuídas globalmente, elas têm acesso a uma ampla gama de talentos. Isso permitiu que as agências escolhessem especialistas específicos para atender às necessidades de seus clientes, independentemente de sua localização geográfica.

O trabalho remoto também trouxe uma redução significativa nos custos operacionais. As agências não precisam mais manter grandes escritórios financeiros, economizando em aluguéis, serviços públicos e manutenção. Essa economia de recursos pode ser direcionada para investimentos em tecnologia e desenvolvimento de equipe.

Uma melhoria na qualidade de vida dos profissionais de publicidade também foi notada. Eles agora têm flexibilidade para equilibrar melhor o trabalho e a vida pessoal, eliminando o estresse das longas jornadas de trabalho e do deslocamento diário. Isso se traduz, com certeza, em colaboradores mais felizes e motivados.

Para manter a criatividade e a colaboração, as agências de publicidade utilizam ferramentas de comunicação e colaboração on-line. Videoconferências, chats e plataformas de gerenciamento de projetos são essenciais. Assim, facilitando a comunicação entre equipes distribuídas e garantindo que os projetos continuem fluindo sem problemas.

E embora o trabalho remoto tenha trazido muitos benefícios, também apresenta desafios. A gestão de equipes remotas requer habilidades de liderança diferentes, com um foco maior na comunicação, monitoramento de desempenho e manutenção da cultura da empresa.

Esse novo estilo de trabalho veio para ficar na indústria publicitária. As agências estão adotando modelos híbridos que combinam o trabalho presencial com o remoto, oferecendo o melhor dos dois mundos. Afinal, vai me dizer que você não gostaria de trabalhar no conforto da sua casa? E à medida que a tecnologia continua a evoluir, podemos esperar ainda mais disso.



FONTE:
GAUHAZH.CLICRBS;

COMO SERÁ O FUTURO DOS AMBIENTES DE TRABALHO

POR MARIELI FREITAS

O ambiente de trabalho está em constante evolução, moldado pelas novas gerações e pelas demandas de uma sociedade em transformação. As mudanças que começaram a surgir nos últimos anos agora estão se consolidando, e o futuro do trabalho promete ser ainda mais flexível, tecnológico e desafiador para gestores e funcionários.

Uma das principais marcas das novas gerações no ambiente de trabalho é a busca pela autonomia. Jovens profissionais valorizam a liberdade para decidir quando e onde trabalhar, o que tem levado a uma maior flexibilidade nas relações de trabalho e horários menos rígidos. Locais de trabalho mais modernos, que incentivam a colaboração e a criatividade, também estão em alta. Essas mudanças estão pressionando os gestores a repensarem suas abordagens tradicionais.

Entretanto, a complexidade do ambiente de trabalho não se resume apenas a questões geracionais. A turbulência social e política, a fusão entre vida profissional e pessoal e o trabalho híbrido adicionaram novas camadas de desafio. Muitos funcionários agora trabalham em um mundo híbrido, com mais opções sobre onde, quando e quanto trabalhar. Isso coloca pressão adicional sobre os gestores, que precisam se adaptar a essa nova realidade.

Antigamente, o sucesso gerencial era medido pela capacidade de gerenciar e avaliar o desempenho dos funcionários. No entanto, essa abordagem está mudando. Os executivos de recursos humanos estão buscando gerentes que sejam ótimos treinadores e professores, que operem com empatia e compreensão das necessidades dos funcionários. O monitoramento da produtividade e do bem-estar dos funcionários também ganhou destaque. Algumas empresas estão usando tecnologias para monitorar seus funcionários de maneira mais frequente, analisando desde o ponto virtual de entrada e saída até o monitoramento de e-mails e comunicações internas. O objetivo não é apenas avaliar a produtividade, mas também compreender a experiência dos funcionários.

A tecnologia desempenhará um papel fundamental no futuro do ambiente de trabalho. Ela será usada para criar um ambiente híbrido que atenda às necessidades de todos os colaboradores, independentemente de seu tipo de contrato ou habilidades digitais. Máquinas inteligentes estão se tornando cada vez mais capazes, realizando tarefas que antes eram exclusivas de humanos e até mesmo superando expectativas.

Empresas estão incorporando máquinas inteligentes, *software*, aplicativos e avatares para aumentar a eficiência e a produtividade. Os funcionários também estão adotando ferramentas de doppelgangers virtuais, que são contrapartes virtuais de si mesmos, para melhorar suas atividades pessoais e de equipe. Além disso, eles podem levar seus locais de trabalho pessoais para qualquer lugar, aproveitando comunidades na nuvem, aplicativos abertos e assistentes virtuais pessoais.

A destreza digital se tornará uma habilidade essencial, à medida que os funcionários precisam interagir de forma eficaz com a tecnologia avançada. Os líderes precisam encorajar o desenvolvimento de habilidades digitais e a criação de ferramentas de IA personalizadas para ganhar vantagem competitiva.

DALL-E 2
DALL-E 2 is an AI system that can create realistic images and art from a description in natural language.

Playground
Create any image from your *imagination*.

Unleash your Creativity with the power of Leonardo Ai
Create production-quality visual assets for your projects with unprecedented quality, speed, and style—consistency.

MUNDO DA PUBLICIDADE EDIÇÃO 30

clarice.ai
Preços e planos | Blog | Afiliados | Entrar | Experimente agora

JUNTE-SE A MAIS DE 75.000 ESCRITORES!
Crie incríveis e-mails de venda 10x mais rápido com IA.
A Clarice.ai ajuda você e sua equipe a criar conteúdo original em poucos cliques e revisar ortografia, gramática e estilo em um só lugar.

- +50 templates disponíveis
- Treinado em Português do Brasil
- Revisão Humanizada

Experimente agora

Em resumo, o futuro do ambiente de trabalho será caracterizado pela flexibilidade, tecnologia avançada e uma colaboração cada vez maior entre humanos e máquinas inteligentes. Os gestores e funcionários que se adaptarem a essa nova realidade estarão mais bem preparados para prosperar nesse ambiente em constante evolução.

FONTES:
GLASSDOOR;
RUNN.IO;

PPTALK

POR ANA LUIZA

com Denise Sapelli

Oi, eu sou a Ana Luiza, a host deste novo quadro de entrevistas com os professores do curso de Publicidade e Propaganda da Unifebe. Em nossa primeira talk conversamos um pouco com a Prof.^a Dr.^a Denise Maria Sapelli, a respeito de Cultura Profissional, e também sobre como foi a experiência dela em uma Agência de Publicidade. Confira abaixo as perguntas e respostas da nossa entrevista.

1. Como foi sua experiência em uma agência publicitária? E quais foram os momentos mais gratificantes que você presenciou?

R: Foi uma experiência muito bacana. É sempre muito bacana trabalhar em agência, porque a gente acaba vivendo realidades bem diferentes, como as dos clientes. Com isso, trabalhamos com pessoas muito diferentes das nossas habilidades, competências, e conhecimentos técnicos também. Então sempre tem uma troca muito legal. E um dos momentos mais gratificantes, dentre os vários que houve, foi o de fazer o primeiro branded content, uma transmídia para um cliente de uma construtora, em três meios de comunicação diferente, em Santa Catarina.

2. Como uma agência promove a colaboração entre diferentes equipes, como criação, mídia e atendimento ao cliente?

R: Na verdade não existe um trabalho em agência que não seja desta forma colaborativa, a maioria das agências trabalham com esses departamentos. Essas funções, já determinadas, existem para conseguir fazer um processo de discussão e uma entrega mais efetiva. É diferente de uma consultoria, por exemplo, que às vezes uma pessoa ou duas dividem todas essas funções. Em agências, sempre há reuniões, de Briefing ou Brainstorm, e depois para apresentação das alternativas e, por fim, para finalizar o projeto.

3. Quais são os valores fundamentais que você acredita que são mais importantes para nós publicitários?

R: Eu acho que a comunicação tem que fazer do mundo um lugar melhor. E precisamos entender esses elementos quando a gente está trabalhando com as campanhas. Eu acho que a perspectiva da verdade deve ser construída em cima da verdade mesmo. Não podemos oferecer atributos ou tentar gerar desejos que a gente não vai conseguir resolver. Como publicitários ou como empresa, precisamos preservar isso na comunicação. Trabalhar com ética e responsabilidade, pensando sempre no público-alvo e não trazer informações que a gente não consiga comprovar.

4. Como as tecnologias e as tendências digitais afetam nosso mercado de trabalho?

R: Eu acho que auxilia nossos serviços, porém não podemos usar demasiadamente, porque ela pode começar a prejudicar alguns segmentos do nosso ramo. Atualmente, conseguimos agilizar muitos processos que antes precisavam de equipamentos gigantes, como fazer uma gravação de vídeo e mandar aqueles pesados para as emissoras. Hoje em dia faz um upload e um download rapidamente. Então, isso é bacana. A tecnologia ajuda e também auxilia a gente a trabalhar com várias competências no mundo inteiro, pois ela gera muita fonte de informação e referência. Porém, precisa fazer uma curadoria sobre os pontos positivos e negativos. Em algumas formas, determinadas empresas acham que já nem precisam mais de redatores e criativos, porque agora possuem as inteligências. Mas, nem sempre elas são suficientes para suprir a demanda humana.

5. Quais são as grandes empresas nas quais você se inspira, no quesito cultura profissional?

R: Eu gosto muito da Natura. Acho que ela trabalha com uma visão bem moderna e evoluída no quesito humano do processo de empresa. Ela foi a primeira das marcas de beleza a trabalhar com embalagens acessíveis a cegos. Sempre trabalhou esse social responsável. Desde o desenvolvimento de produtos e comunicação, até trabalhar com pessoas reais. O Boticário também tem feito coisas muito interessantes que eu tenho observado.

6. Qual conselho você daria para alguém que está considerando uma carreira em publicidade?

R: Não ficar em uma bolha. Parar de seguir só o que acha que é legal, e começar a seguir coisas que são diferentes. Entender novas culturas, ler muito, assistir a filmes diferentes (indianos, dinamarquês, escandinavos). Pensar fora da caixa. Conversar muito, pois ouvir as pessoas é muito importante para a gente entender esse comportamento humano. Controlar ansiedade, entender que às vezes a sua ideia, por mais que muitos ficaram apaixonados, talvez ela não seja a mais adequada, e entender também que trabalhamos com prazos, trabalhamos com cobrança. Em alguns casos, trabalhamos com deadlines surreais, e precisamos entender que isso faz parte do processo, e da profissão.

Finalizando nossa primeira talk, espero que esta entrevista tenha fornecido insights valiosos e inspirados a todos os amantes da publicidade a seguir em frente com paixão e determinação em suas jornadas profissionais. Não se esqueça de ficar atento para as próximas edições, com mais conversas informativas e envolventes com nossos professores e convidados especiais.



Anah

POP



Acesse no Spotify

5 FILMES E SÉRIES QUE ABORDAM A TEMÁTICA DO TRABALHO

★
POR ANAH POP

Desde as primeiras civilizações, o trabalho é uma das atividades humanas existentes mais importantes de todas. E tendo em vista que a arte imita a vida, diversos filmes e séries já utilizaram a temática dos ambientes de trabalho para criar narrativas envolventes, críticas e divertidas.

Por isso, para o artigo deste mês trouxe cinco indicações de obras que exploram o trabalho, assim como todos desafios e situações que permeiam o dia a dia das histórias.

1. The Office

"The Office" é uma comédia que satiriza o ambiente de trabalho em um escritório da Dunder Mifflin Paper Company, e se você está na internet, com certeza já foi impactado pelos memes da série. A narrativa retrata o dia a dia dos funcionários, destacando a dinâmica entre colegas, as situações constrangedoras e as questões sociais pertinentes ao mundo corporativo. Com seu elenco carismático e humor baseado em um falso documentário, a série oferece uma visão engraçada e crítica do mundo empresarial, destacando a importância das relações interpessoais no ambiente de trabalho, tornando-se uma das séries de comédia mais populares e influentes da televisão.



2. Um Senhor Estagiário

Com um casting talentosíssimo e narrativa envolvente, "Um Senhor Estagiário" é um filme que retrata o dia a dia e os desafios do ambiente de trabalho de forma tocante e divertida. O filme gira em torno de Ben Whittaker, interpretado por Robert De Niro, um viúvo idoso que se torna estagiário em uma empresa de comércio eletrônico de moda, fundada e dirigida por Jules Ostin, interpretada por Anne Hathaway. Ben enfrenta os desafios de se adaptar a um ambiente de trabalho moderno e agitado, enquanto Jules lida com as pressões de liderar uma startup de sucesso.

O filme explora temas como a geração gap, a importância da experiência e da sabedoria no local de trabalho, e a busca pelo equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Ele destaca como as diferentes gerações podem aprender e se beneficiar mutuamente no ambiente de trabalho, além de abordar a necessidade de reavaliar prioridades e valores pessoais em uma sociedade cada vez mais focada no trabalho. "Um Senhor Estagiário" oferece uma visão otimista e inspiradora dos desafios e das oportunidades que o ambiente de trabalho moderno apresenta, com um toque de comédia e drama.



3. O Diabo Veste Prada

Se você é fã de comédias românticas e do mundo da moda, com certeza já assistiu ao clássico "O Diabo Veste Prada". Esse é um filme que oferece uma visão fascinante do mundo da moda e retrata o dia a dia e os desafios do ambiente de trabalho nesse setor. No longa, seguimos a história de Andy Sachs, interpretada por Anne Hathaway (parece que a atriz gosta de filmes com a temática trabalhista), uma jovem que consegue um emprego como assistente pessoal da temida editora-chefe da revista de moda "Runway", Miranda Priestly, interpretada por Meryl Streep. Ao longo do filme, Andy enfrenta uma série de desafios, incluindo a pressão para se adaptar ao estilo de vida exigente e implacável da indústria da moda.

"O Diabo Veste Prada" mostra como o mundo da moda é competitivo, glamouroso e muitas vezes implacável, e destaca a importância da imagem, da moda e da perfeição estética nesse ramo, ao mesmo tempo em que aborda as tensões entre vida pessoal e profissional, a busca por reconhecimento e a dificuldade de equilibrar os valores pessoais com as demandas do trabalho. O filme também examina as relações interpessoais no ambiente de trabalho, as dinâmicas de poder e como a indústria da moda pode moldar as carreiras e a identidade das pessoas. Se você ainda não o assistiu, vale muito a pena observar um olhar intrigante do filme sobre os desafios e as recompensas do ambiente de trabalho no mundo fashion.



4. Silicon Valley

Essa é uma série de comédia que retrata o dia a dia e os desafios do ambiente de trabalho no cenário tecnológico da Califórnia. A trama segue um grupo de jovens empreendedores que tentam criar uma startup de sucesso em meio ao competitivo Vale do Silício. A série explora temas como inovação, empreendedorismo, competição feroz, e o equilíbrio entre a busca de ideais e o pragmatismo necessário para sobreviver na indústria de tecnologia.

A série oferece um olhar humorístico e muitas vezes satírico sobre os desafios enfrentados por aqueles que buscam criar suas próprias empresas e mudar o mercado tecnológico. Ela destaca as dinâmicas de poder, as rivalidades entre empresas, os dilemas éticos e as questões de confiança que podem surgir no ambiente de trabalho altamente competitivo e inovador do Vale do Silício. Além disso, aborda a cultura da tecnologia, incluindo a obsessão por codificação, a ambição desmedida e a peculiaridade dos personagens que habitam esse mundo. Em suma, a série oferece uma visão cômica e perspicaz do ambiente de trabalho no epicentro da revolução tecnológica.

SILICON VALLEY



5. Os Estagiários

Esse é, sem dúvidas, um dos meus filmes de conforto! "Os Estagiários" segue a jornada de dois personagens, Billy McMahon, interpretado por Vince Vaughn, e Nick Campbell, interpretado por Owen Wilson, que, após perderem seus empregos em vendas, tornam-se estagiários na gigante de tecnologia Google. O filme retrata o dia a dia e os desafios do ambiente de trabalho em um ambiente corporativo moderno e altamente competitivo.

Ao longo do filme, Billy e Nick enfrentam uma série de desafios, como a adaptação a um ambiente de trabalho altamente tecnológico, a concorrência com estagiários muito mais jovens e a busca pela aceitação na cultura corporativa do Google. O filme aborda temas como a importância da aprendizagem contínua, da adaptação às mudanças tecnológicas e da valorização da experiência, mesmo em um setor dominado por jovens talentosos.

Agora você já tem diversas recomendações para explorar ainda mais a temática dos ambientes de trabalho e todas as discussões que permeiam essa atividade.



CARTA ao leitor

Escrevo estas palavras com um misto de emoção e gratidão que transborda meu coração. É com grande alegria e profundo orgulho que me dirijo a vocês, as brilhantes mentes por trás do extraordinário projeto "Mundo da Publicidade".

Cada mês, tenho a honra de testemunhar a dedicação incansável, a criatividade deslumbrante e o comprometimento inabalável que cada uma de vocês deposita neste projeto. Vocês não apenas produzem uma revista, mas criam um universo de conhecimento, inspiração e excelência que ecoa muito além das páginas impressas.

A habilidade de transformar ideias em narrativas envolventes, de conceber conceitos que desafiam a norma e de transformar desafios em oportunidades de crescimento é uma marca indelével de suas habilidades excepcionais. Cada edição do "Mundo da Publicidade" é uma obra-prima.

Não é apenas o conteúdo de suas páginas que encanta, mas a paixão e a diligência que permeiam cada linha, cada imagem e cada layout. Vocês não apenas criam uma revista, mas um legado de aprendizado, colaboração e conquistas. São verdadeiras embaixadoras do poder da Publicidade e Propaganda, levando seu impacto muito além dos corredores da universidade.

Ao compartilharem seus talentos, ao desafiarem os limites do conhecimento e ao perseverarem mesmo diante dos desafios mais complexos, vocês demonstram o verdadeiro espírito de publicitárias apaixonadas e dedicadas. Cada uma de vocês é um farol, iluminando o caminho para as futuras gerações de publicitárias.

CARTA

Em nome de todos nós que tivemos o privilégio de ser tocados pelo brilho de suas mentes e a paixão de seus corações, expresso minha mais profunda gratidão. A "Mundo da Publicidade" é um testemunho do poder da juventude, da educação e da paixão. Vocês não apenas moldam o futuro da nossa indústria, mas também deixam uma marca indelével no vasto e sempre dinâmico mundo da Publicidade e Propaganda.

Com todo o meu respeito e admiração,



Abraço mega apertado :)

**CARTA
AO
MUNDO**