



BRILHO E MAGIA:

ESPECIAL FESTAS DE FIM DE ANO



 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.



Talita Gonçalves

É a responsável pelo design gráfico da revista. Também a responsável pelo desenvolvimento dos stories. Ama fotografar, criar, desenhar e por aí vai...



Marieli Freitas

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



Luana Grandi

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



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.



Página 5
Nota dos Editores da Revista
Mundo da Publicidade
Por Thiago Santos

Página 7
Ações Solidárias que Causam
Impacto nas Festas de Fim de Ano
Por Maria Eduarda Baumgartner

Página 9
Estratégias de Branding para uma
Temporada de Fim de Ano de
Sucesso
Por Bianca Beuting

Página 11
A Magia do Marketing de Natal
Por Luana Grandi

Página 14
O Marketing Digital aliado às
Vendas de Fim de Ano
Por Emily Taissa Ramos

Página 16
Menção Honrosa
Por Marieli Freitas

Página 18
PPTalk: com Pedro Bughay
Por Ana Luiza

Página 22
Tudo o que rolou no Galo de
Gala
Por ANAH POP

Carta ao Leitor
Por Thiago Santos
Agradecimento!



MUNDO DA PUBLICIDADE

SUMÁRIO

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

É com grande satisfação que apresentamos a edição especial de fim de ano da nossa revista Mundo da Publicidade, dedicada aos estudantes, professores e entusiastas do curso de Publicidade e Propaganda da UNIFEPE. Neste período festivo, em que as luzes brilham mais intensamente e o espírito de confraternização se espalha, queremos celebrar não apenas o encerramento de um ano letivo, mas também as conquistas, desafios e alegrias que compartilhamos ao longo desses meses.

As festas de fim de ano são momentos mágicos, repletos de sentimentos que transcendem o dia a dia corrido. Em meio aos preparativos para as celebrações, é fascinante observar como a propaganda desempenha um papel crucial, transformando espaços e produtos em verdadeiras experiências sensoriais. Nossos estudantes têm sido os protagonistas desta narrativa, explorando a criatividade e inovação para comunicar mensagens que ressoam com o espírito festivo que contagia a todos.

Esta edição é um reflexo do talento e dedicação de nossa comunidade acadêmica. Desde análises de campanhas publicitárias icônicas de fim de ano até entrevistas com profissionais renomados da área, buscamos proporcionar uma visão abrangente do impacto da Publicidade e Propaganda neste período tão especial. Queremos inspirar e instigar a reflexão sobre o papel da comunicação na construção de conexões emocionais duradouras, especialmente quando os corações estão mais abertos e receptivos.



Agradecemos a todos que contribuíram para a realização desta edição especial, desde os autores e entrevistados até a equipe de produção e design. Esperamos que esta revista seja uma fonte de inspiração e conhecimento, celebrando não apenas o fechamento de um ciclo acadêmico, mas também o início de um novo ano cheio de desafios e oportunidades.

Ah! E claro, ainda vamos falar sobre o evento "Galo de Gala - 2023" que reuniu alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda e Design Gráfico, durante a Curricularização da Extensão, para um incrível desafio: criar, planejar e executar vídeos de campanha e para a web para a ABEATI – ASSOCIAÇÃO BRUSQUENSE DE ESPORTES ADAPTADOS DA TERCEIRA IDADE da cidade de Brusque.

Boa sessão leitores!

**E parabéns alunos e alunas pelos belos vídeos!
Vida-longa ao Galo de Gala!
Até a próxima edição!**

AÇÕES SOLIDÁRIAS QUE CAUSAM IMPACTO NAS FESTAS DE FIM DE ANO

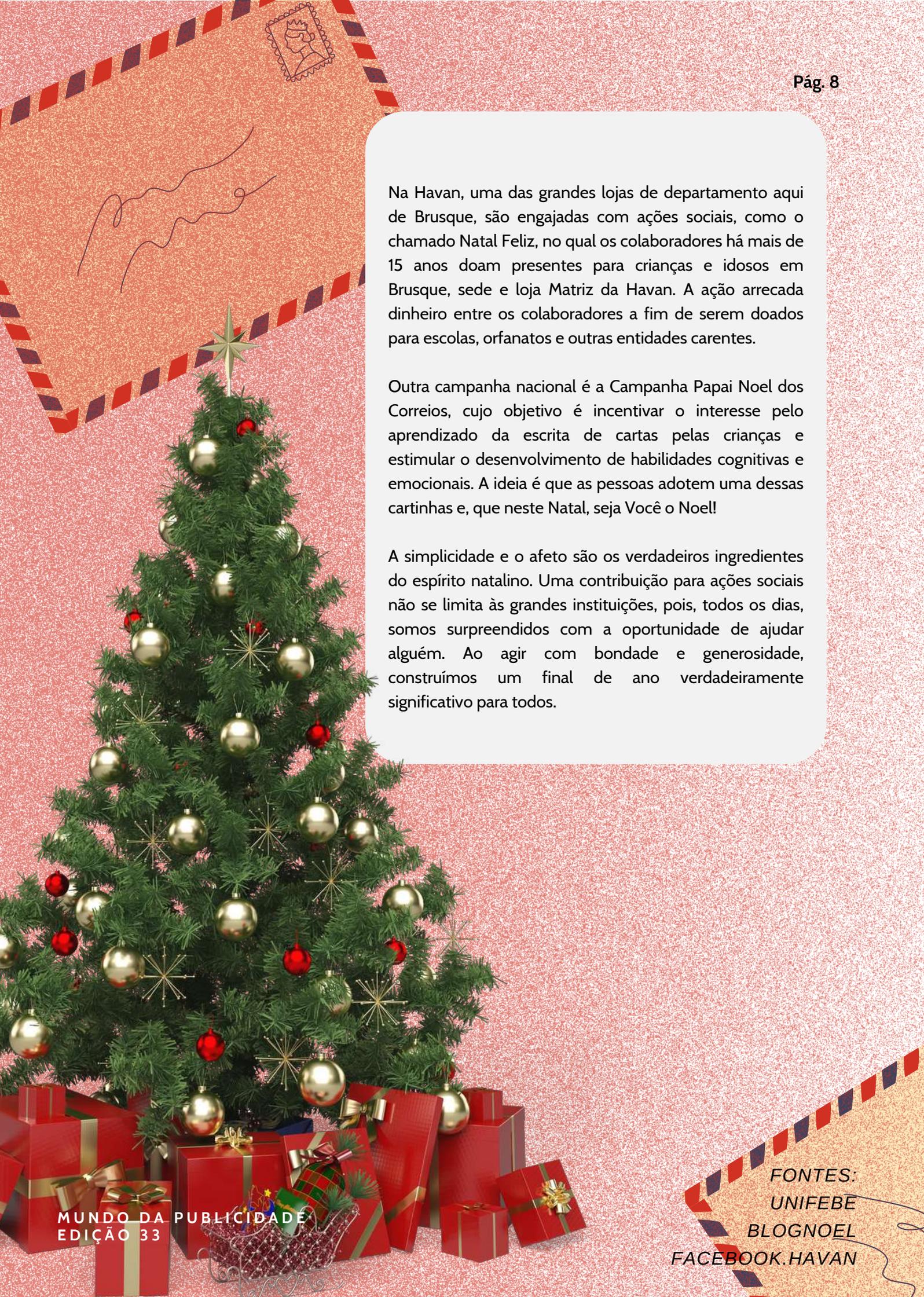
POR MARIA EDUARDA BAUMGARTNER

Com as festas de fim de ano, vem o tempo de retrospectivas, superações e esperanças de tempos melhores. Muitas vezes caímos na rotina e nos esquecemos do real motivo que temos para celebrar, a vida e a solidariedade. Ao passar tempo com a família, decorar a casa para o natal e praticar a empatia, reconhecemos o valor desses momentos especiais. Num mundo com milhares de pessoas, cada um de nós deve dar o primeiro passo, compreendendo que a verdadeira transformação começa dentro de nós, por meio das nossas ações.

Muitas empresas, instituições, voluntários ou grupo de amigos aproveitam essa época para realizar ações solidárias, estendendo a mão aos mais necessitados e às regiões próximas. É comum associarmos a prática da solidariedade ao ato de fazer doações de alimentos, roupas ou mesmo doações financeiras às pessoas que precisam de ajuda.

A UNIFEBE é uma delas, que há mais de 20 anos já beneficiou mais de 10 mil crianças, reforçando a essência comunitária da instituição que inspiram o espírito de solidariedade. A abertura da 21ª edição do Natal Solidário UNIFEBE neste ano ocorreu com apresentações do Coral, e beneficiou mais de 500 crianças da rede pública de ensino de Brusque, Canelinha, São João Batista, Nova Trento, Botuverá, Guabiruba, Gaspar e Major Gercino. Para aqueles que não presenciaram ainda, na UNIFEBE temos uma árvore de Natal, na qual os enfeites levam os nomes das crianças materializam o ato de adoção.





Na Havan, uma das grandes lojas de departamento aqui de Brusque, são engajadas com ações sociais, como o chamado Natal Feliz, no qual os colaboradores há mais de 15 anos doam presentes para crianças e idosos em Brusque, sede e loja Matriz da Havan. A ação arrecada dinheiro entre os colaboradores a fim de serem doados para escolas, orfanatos e outras entidades carentes.

Outra campanha nacional é a Campanha Papai Noel dos Correios, cujo objetivo é incentivar o interesse pelo aprendizado da escrita de cartas pelas crianças e estimular o desenvolvimento de habilidades cognitivas e emocionais. A ideia é que as pessoas adotem uma dessas cartinhas e, que neste Natal, seja Você o Noel!

A simplicidade e o afeto são os verdadeiros ingredientes do espírito natalino. Uma contribuição para ações sociais não se limita às grandes instituições, pois, todos os dias, somos surpreendidos com a oportunidade de ajudar alguém. Ao agir com bondade e generosidade, construímos um final de ano verdadeiramente significativo para todos.

ESTRATÉGIAS DE BRANDING PARA UMA TEMPORADA DE FIM DE ANO DE SUCESSO

POR BIANCA BEUTING

A temporada de final de ano oferece uma excelente oportunidade para as empresas aumentarem as vendas. A competição nessa época costuma ser intensa, portanto, os esforços para ganhar notoriedade devem ser extremos. O grande desafio é se destacar e permanecer na mente dos clientes.

Mas você sabe como criar uma campanha eficaz que se destaque entre os concorrentes? A chave é estruturar cuidadosamente as ideias, ações e estratégias que resultarão em conversões reais. Por isso, é fundamental estar preparado e entender como gerenciar essa demanda. Abaixo, listamos cinco dicas para que uma campanha de marketing, para o fim de ano, seja um sucesso em vendas!

1. Não seja monótono

O marketing durante o fim de ano é incrível, porém, devido à enorme quantidade de propagandas, muitas delas passam despercebidas. As equipes de marketing fazem um grande esforço para transmitir mensagens rapidamente, mas acabam sendo esquecidas igualmente rápido. Evite confiar apenas em ideias tradicionais de Natal, a menos que tenha um plano excepcional.

2. Antecipe-se

Setembro e outubro são momentos cruciais para chamar a atenção antes do caos do fim de ano. Lançar novos produtos ou serviços com ofertas especiais, ou promoções pode ser mais eficaz agora do que durante o turbilhão do final do ano, quando o seu público estiver distraído. Crie conteúdo incentivando os clientes a se adiantarem e reconheça aqueles que estão à frente dos demais.

Defina claramente o público que deseja atrair, desenvolva estratégias criativas para captar a atenção e certifique-se de investir o suficiente para se destacar em meio ao tumulto dessa época. Embora seja essencial manter a confiança no seu plano (muitas mudanças podem resultar em dados ruins), esteja pronto para ajustar sua estratégia diante de novas oportunidades.

4. Invista no social

É o momento ideal para analisar cuidadosamente as mensagens dos influenciadores e verificar se elas estão alinhadas aos valores da sua empresa. Trabalhar com influenciadores pode aumentar a visibilidade de uma campanha por um custo menor do que produzir um comercial completo. No entanto, é crucial verificar quem são essas pessoas e quais são suas ideias.

5. Crie conteúdo diferenciado e relevante

Invista em uma estratégia de conteúdo que ofereça material rico, interativo e relevante para conectar-se com a audiência. A ideia é conseguir se conectar com a audiência, falando sobre assuntos que eles querem ler e refletem dores e prazeres os quais eles se identificam. Tudo isso somado a uma funcionalidade valiosa para ele, como dicas as quais ele realmente está buscando, o sucesso começa a ser construído.

*FORTE:
SPINER;
FORBES;*

A MAGIA DO MARKETING DE NATAL

 POR LUANA GRANDI

A magia do Natal é um espetáculo de lembranças afetuosas e tradições familiares, enraizadas nas experiências da infância de cada pessoa. Momentos como decorar a árvore, preparar biscoitos para o Papai Noel e a ansiosa espera pelo jantar à meia-noite que se repetem ao longo dos anos!

Mas, com o passar dos anos, uma nova dimensão dessa magia se revela, que é a magia do marketing natalino. Essa temporada significa não apenas memórias preciosas, mas também impulsiona uma atividade comercial vibrante que proporciona entretenimento tanto para consumidores quanto para empresários. A tradição de presentear, com sua grandiosidade e encanto, não apenas une famílias e amigos, mas também impulsiona o crescimento e a prosperidade das empresas. Assim, testemunhamos a magia desdobrando-se quando o espírito natalino se entrelaça com o mundo do marketing e do comércio.

E ao longo dos anos, o marketing natalino transformou-se em ganhos significativos, especialmente no comércio eletrônico, que testemunhou um notável faturamento de R\$ 4,5 bilhões em 2021, marcando um crescimento significativo em relação ao ano anterior.

A "magia do marketing de Natal" transcende a simples transação comercial, incorporando estratégias que criam uma atmosfera emocional em torno dos produtos, utilizando elementos festivos. O debate sobre sua autenticidade persiste, mas para muitos, a atmosfera festiva gerada é apreciada e torna-se parte integrante das celebrações natalinas. Por isso, iremos te mostrar campanhas de marketing natalino que realmente deram muito certo e provavelmente você já ficou sabendo de alguma delas!

1. Coca-Cola - "Holidays Are Coming":

A campanha de Natal da Coca-Cola, com o icônico caminhão vermelho iluminado, tornou-se um símbolo reconhecido globalmente da temporada natalina. O comercial transmite uma sensação de alegria e celebração, associando a marca à magia do Natal.

2. John Lewis - "Monty the Penguin":

A varejista britânica John Lewis é conhecida por suas emocionantes campanhas de Natal. Em 2014, "Monty the Penguin" contou a história de um menino e seu pinguim de pelúcia, transmitindo uma mensagem de amor e amizade. A campanha gerou grande comoção nas redes sociais.

3. Apple - "Share Your Gifts":

Em 2018, a Apple lançou a campanha "Share Your Gifts", que incentivava as pessoas a compartilharem suas habilidades criativas e talentos. O comercial foi elogiado por sua mensagem inspiradora e qualidade de produção.

4. Amazon - "Boxes":

O comercial de Natal da Amazon em 2016, intitulado "Boxes", retratou amizades entre caixas animadas durante o período festivo. A mensagem era sobre a importância da conexão humana, e a campanha foi elogiada por sua originalidade.

5. H&M - "Come Together" (dirigido por Wes Anderson):

Em 2016, a H&M lançou um comercial de Natal dirigido por Wes Anderson, intitulado "Come Together". O vídeo, com seu estilo distintivo do diretor, recebeu elogios por sua narrativa cativante e atmosfera festiva.

6. Starbucks - Campanha de Copos de Natal:

A cada ano, a Starbucks cria uma coleção especial de copos temáticos para a temporada de Natal. A campanha envolve o lançamento desses copos e a promoção da hashtag #RedCupContest, incentivando os clientes a compartilharem suas fotos nas redes sociais.

6. Starbucks - Campanha de Copos de Natal:

A cada ano, a Starbucks cria uma coleção especial de copos temáticos para a temporada de Natal. A campanha envolve o lançamento desses copos e a promoção da hashtag #RedCupContest, incentivando os clientes a compartilharem suas fotos nas redes sociais.

Mas você deve estar se perguntando, como essas campanhas fizeram tanto sucesso? E aqui trouxemos também algumas dicas de como gerar interesse e impacto a seus clientes!

Comerciais Emocionantes: Contando histórias comoventes relacionadas ao Natal, criando uma conexão emocional com o público.

Ofertas Especiais e Descontos: Promoções especiais durante a temporada de festas atraem consumidores, incluindo a Black Friday.



Campanhas Sociais: Estratégias que incentivam a participação do público nas redes sociais!

Caridade e Responsabilidade Social: Marcas incorporam ações de caridade e responsabilidade social, recebendo respostas positivas do público.

Histórias reais de Bastidores: Mostrar os bastidores da preparação para o Natal humaniza a marca, proporcionando uma perspectiva autêntica.

Lembre-se de que as estratégias de marketing bem-sucedidas variam conforme o público-alvo, o setor e as tendências atuais. Então é preciso, sim, consultar dicas, mas é preciso pesquisar e entender o que o seu público quer e tem interesse!

Por fim, o natal sempre foi e sempre será uma época mágica para todos, com tradições que vieram dos seus avós, tios, ou entes que não estão mais fisicamente aqui, mas que fazem as lembranças serem presentes! Por isso, lojista, pesquise muito antes de realizar as campanhas de Natal para que os seus clientes se interessem por aquilo que você está oferecendo!

E famílias, estejam sempre renovando esse espírito natalino, para que as tradições nunca acabem no meio do caminho.

FONTES:

IDEALMARKETING;

ROCKCONTENT;



MERGULHANDO NO MAR DE OPORTUNIDADES: **MARKETING** DIGITAL E AS VENDAS DE **FIM DE ANO**

POR EMILY TAISSA RAMOS

Se você ainda acha que o Papai Noel é o único expert em distribuição no final do ano, é porque ainda não conheceu o poder do Marketing Digital. Nessa época mágica, o universo on-line torna-se o melhor amigo de quem quer conquistar corações (e, é claro, alguns bolsos generosos).

1. Decore sua Árvore de Natal Virtual: Redes Sociais em Festa

As redes sociais são como as luzes da árvore de Natal: brilhantes, chamativas e capazes de atrair a atenção de todos. Decore sua página com conteúdo festivo, promoções irresistíveis e mensagens que despertem o espírito natalino. É hora de fazer seus seguidores sentirem que estão ganhando presentes só de visitar sua timeline.

2. E-mail Marketing: Espalhando Alegria e Descontos

Crie campanhas de e-mail marketing encantadoras, oferecendo descontos exclusivos, brindes festivos e, quem sabe, até uma piada natalina ou duas para alegrar o dia do seu cliente. Certifique-se de que seus e-mails se destacam na caixa de entrada como um presente esperado.

3. Conteúdo que Aquece Corações: Blogando com Espírito Natalino

Seu blog é o lugar perfeito para contar histórias envolventes que vão aquecer os corações dos seus clientes. Compartilhe histórias de sucesso, curiosidades natalinas, dicas de presentes e qualquer coisa que faça seus leitores sorrir. Lembre-se, um conteúdo cativante é o melhor presente que você pode oferecer.

4. Papai Noel Digital: Remarketing e Retargeting

Papai Noel sabe que a persistência é chave. Da mesma forma, use estratégias de remarketing e retargeting para lembrar aos visitantes do seu site que eles têm itens esperando no carrinho.

5.A Contagem Regressiva para a Venda do Ano: Landing Pages de Arrasar

Prepare seus landing pages como quem prepara a ceia de Natal. Seja claro, irresistível e faça com que cada clique seja uma experiência memorável. Use elementos visuais festivos, botões chamativos e palavras que inspirem a ação. Faça com que seus clientes sintam que estão prestes a abrir um presente especial a cada página que visitam.

No final das contas, o segredo é espalhar a magia natalina por todos os cantos digitais. Com o Marketing Digital como seu ajudante leal, as vendas de fim de ano podem se tornar o presente que se mantém dando o ano todo. Então, vista seu gorro, ajuste suas estratégias e prepare-se para um Natal repleto de sucesso digital!

Beijão da Emi e Feliz Natal!

FONTES:

RESULTADOSDIGITAIS;

IMEDIACOMUNICACAO;



MENÇÃO HONROSA



POR MARIELI FREITAS

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a cada um de vocês que desempenhou um papel fundamental na realização da nossa Revista de Publicidade e Propaganda na Unifebe. Este projeto foi, sem dúvida, uma jornada incrível, e não poderia deixar de reconhecer o esforço e a dedicação de cada um.

Neste momento, em que me preparo para me formar, reflito sobre a significância desta Revista em minha trajetória acadêmica. Esta é a última vez que tenho a honra de compartilhar algumas palavras sobre este projeto que moldou tantos momentos da nossa graduação.

Relembrar os dias escolhendo assuntos, pesquisando tópicos, decidindo datas de lançamento - tudo isso foi um processo incrível. Foi uma jornada de aprendizado constante, em que cada desafio se tornou uma oportunidade de crescimento pessoal e profissional.

Quero destacar, em especial, o apoio inestimável dos professores e do coordenador, que foram fontes cruciais de orientação e encorajamento ao longo do caminho. Não posso deixar de mencionar também a energia positiva de todos os alunos envolvidos, que contribuíram para manter vivo este projeto.

A Revista de Publicidade e Propaganda não é apenas um trabalho acadêmico; é um testemunho de nosso comprometimento coletivo, representando as horas de esforço dedicadas para tornar este projeto uma realidade. Que ela seja um legado que transcenda nossa passagem pela universidade, inspirando futuras gerações de estudantes.

À medida que avançamos para novos capítulos de nossas vidas, levamos conosco não apenas o conhecimento adquirido, mas também a lembrança de um projeto que uniu mentes criativas e comprometidas. Meu mais sincero agradecimento a todos que fizeram parte desta jornada.



PPTALK

POR ANA LUIZA

com Pedro Bughay

Oi, eu sou a Ana Luiza, a host deste quadro de entrevistas com os professores do curso de Publicidade e Propaganda da Unifebe. Em nossa quarta talk conversamos um pouco com a Prof. Dr. Pedro Bughay, a respeito da indústria audiovisual, e desse meio como temática do Galo de Gala. Confira abaixo, as perguntas e respostas da nossa entrevista.

1. Como foi sua experiência trabalhando com audiovisual? E quais foram os momentos mais gratificantes que você presenciou?

R: Bom... Eu comecei a trabalhar na área de produção-executiva, elaborando projetos para editais do FSA (fundo setorial do audiovisual) e também projetos de um coletivo de cinema que fazia parte, o grupo do front. Depois, comecei a trabalhar como assistente de direção em filmes publicitários, fazendo trabalhos para clientes como o zaffari, TSE, Governo do estado do RS e Vipal. Em seguida, comecei a lecionar e parei de trabalhar.

O momento mais gratificante foi fazer o meu primeiro filme de ficção e TCC da minha graduação. O curta "Quem é Rogério Carlos?", selecionado para 17 festivais no Brasil e exibido no canal TNT. Porém, a minha emoção maior foi quando recebi a mensagem da minha primeira seleção em festival, foi da "mostra de cinema de Tiradentes", em 2012.

2. Como é o seu processo criativo ao começar um novo projeto audiovisual? E Quais são os elementos essenciais que você acredita serem cruciais para criar uma narrativa visual forte?

R: O meu processo criativo é um pouco caótico, começa por meio de um filme, livro, poema, música ou filme, não tem muito um lugar certo. Depois começa um processo de lapidação, quando começa a construir personagens, sinopses, escaletas e por fim, a construção do roteiro.

Para construir uma narrativa visual forte, acho que começa em primeiro lugar com o repertório que você constrói ao longo de pesquisas, estudos e leituras e depois da maneira que você deseja contar, ou seja, o que você sente é mais poderoso que simplesmente copiar a imagem.

3. Como foi o processo de decisão para abordar a temática do audiovisual na Curricularização da Extensão (Galo de Gala) do curso de PP e DG ?

R: Foi por meio de pesquisa, a Prof. Denise e eu pesquisamos e muito sobre os temas, mas foi ela que sugeriu sobre a terceira idade, mas mediante pesquisas, descobrimos que o Estatuto da Pessoa Idosa estava completando 20 anos de existência. Posteriormente, localizamos uma ONG para trabalharmos e, assim, começamos a elaborar as etapas da curricularização.

4. Como você avalia o impacto das redes sociais e plataformas de streaming na produção e distribuição de conteúdo audiovisual?

R: Hoje o que se debate e muito é escolha de influencers digitais para fazer o papel de atores em filmes, séries de TV e novelas. Isso acontece não pelo talento dessas pessoas, mas pelo número de seguidores nas redes sociais que fazem alguns atores reclamarem, por exemplo, de perder papéis porque não possuem um número significativo de seguidores nas redes sociais ou não possuem conta nas redes. Talvez seja esse, para mim, o maior impacto das redes sociais na produção e distribuição atualmente, a não valorização do profissional ator na cadeia produtiva.

5. Quais são suas fontes de inspiração ao trabalhar em um projeto de audiovisual, e quais os motivos de elas serem tão inspiradoras?

R: Acho que a fonte de inspiração maior é o processo de identificação com o projeto, algo que te faz se identificar com a obra de tal forma que aquilo se torna parte sua.

6. Qual conselho você daria para alguém que está considerando uma carreira na indústria do audiovisual?

R: Ver muitos filmes, principalmente os antigos, seguir o que está acontecendo nos principais festivais de cinema, publicidade e televisão no mundo. Assistir à Televisão, tanto aberta como fechada, ver novelas, telejornais, reality shows, etc. E também, ver muito conteúdo no YouTube, Vimeo, TikTok e no Instagram, mas o mais importante, aproveitar quando se é estudante para seguir pessoas importantes no meio e mandar mensagens pedindo estágio, isso abre muitas portas.

Finalizando nossa quarta talk, espero que esta entrevista tenha fornecido insights valiosos e inspirados a todos os amantes do audiovisual e da comunicação, 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

TUDO QUE ROLOU NO



POR ANAH POP

Premiações, discursos emocionantes, comes e bebes e claro, muitos looks babadeiros: foi isso que rolou no Galo de Gala. E eu vou te contar tudinho e mais um pouco sobre essa noite incrível.

Se você ainda não sabe do que se trata o Galo de Gala, eu te explico, o evento marca o término de duas semanas de Curricularização da Extensão, semanas essas em que todos os alunos passam desenvolvendo algum projeto que alie publicidade e sociedade. Semestralmente recebemos um tema diferente e desta vez tivemos a missão de produzir vídeos que conscientizassem sobre Etarismo, para o Galo de Gala, um evento que já é tradicional no curso. Durante a noite, os alunos receberam prêmios específicos entre Melhor Roteiro, Melhor Fotografia e outros, e prêmios gerais como Melhor Vídeo Geral e Melhor Vídeo por Fase. É um momento super especial para nos sentirmos importantes e mimados.

Para começar, eu vou contar a minha experiência pessoal no evento. Como sempre, eu estava atrasada, mas gente, em minha defesa, uma produção de Gala leva tempo, ok? Tinha acabado de chegar ao local do evento e estava assinando o meu nome na lista de presença quando escuto ao longe um sonoro “ANAH RIBEIRO!” e na hora gelei porque não sabia o que tinha acontecido antes, mas pensei de maneira lógica “devo ter ganhado alguma coisa”, e lá fui eu com um salto mais fino que um fio de cabelo, correr pelo tapete vermelho para tentar alcançar meu prêmio a tempo.



Em meio a correria (literalmente) deu tudo certo, os convidados riram, eu fiquei nervosa ao subir no palco, mas no fim das contas fiquei muito feliz, ganhei o prêmio de Melhor Roteiro. E inclusive, gostaria de dizer que o meu grupo ganhou em três categorias, achei uma maneira muito válida de fechar com chave de ouro o meu tempo de permanência no curso.

Diversas equipes de Publicidade e Propaganda e Design Gráfico foram premiadas e saímos todos felizes e realizados com mais um semestre finalizado. Mas preciso fazer uma menção mais que necessária aos nossos hosts da noite, os apresentadores maiores que os do Oscar, Thiago dos Santos, Coordenador de PP e DG, e Denise Sapelli, professora do curso.

Como se os looks incríveis dos dois não fossem suficientes, tivemos até mesmo mágica no palco com direito a um discurso lindíssimo. Além dos nossos hosts, os responsáveis por entregar os prêmios eram os demais professores dos cursos, que faziam isso com muito carinho e orgulho no olhar.



**MUNDO DA PUBLICIDADE
EDIÇÃO 33**



E assim, eu nem preciso falar que o pessoal da criatividade ama arrasar nas produções, né? Era cada vestido longo, terno e saltão que fiquei orgulhosa daquela galera toda linda esperando para ganhar o seu prêmio, viu? Claro que depois de toda a diversão, tínhamos uma mesa de comes e bebes preparados para os convidados, com direito a opções vegetarianas e tudo, tá?

Acho que já deu para entender que os cursos de PP e DG são legais demais, né?

Além de eventos incríveis que a academia me proporciona, fiquei muito satisfeita em ver a interação dos alunos, a felicidade de todos pelas vitórias alheias e a sensação de dever cumprido geral.





Este ano finalizo a minha jornada acadêmica, com o coração quentinho por saber que foi uma das minhas melhores escolhas, tudo que aprendi nesses 4 anos foi de um valor incalculável para a minha história. Ter terminado dessa forma foi, sem sombra de dúvidas, muito importante para mim.

Termino este artigo com uma frase do meu amado coordenador, falada durante a premiação, "Nunca deixem de acreditar nos seus sonhos, pois só assim eles se tornarão realidade!".

Obrigada por me acompanharem este ano, amo escrever para vocês!

Um beijão lindo cheio de glitter rosa, brilho estelar e cheirinho de morango no coração de cada um.

Até 2024, xx!

CARTA ao leitor

Queridos leitores e queridas leitoras! Hoje eu tomei a liberdade de dedicar esta Carta ao Leitor para quatro alunas que compõem este time, e que a partir desta edição, voarão para outras oportunidades em suas vidas: A Anah, a Mariele, a Bianca e a Gabriely. Para aqueles que não sabem, elas são formandas do curso, e a partir de agora, irão viver outros desafios em suas vidas.

Ao longo de todas essas edições anos, a dedicação de cada uma delas foi incansável e paixão pela Publicidade e Propaganda tornaram o "Mundo da Publicidade" uma experiência verdadeiramente enriquecedora para toda a comunidade da UNIFEFE.

Hoje, ao nos despedirmos, não apenas celebramos suas conquistas acadêmicas, mas também reconhecemos o impacto extraordinário que cada uma de vocês teve na revista. Suas ideias inovadoras, comprometimento com a excelência e capacidade de superar desafios foram os alicerces que permitiram que todas as edições das revistas acontecessem.

Agora, enquanto cada um de vocês parte para novos horizontes, levem consigo o conhecimento adquirido, as amizades construídas e a confiança que depositaram em si mesmas. Vocês são mais do que graduandas; são agentes de mudança, prontas para transformar o mundo da comunicação com sua visão única e talento inegável.

Saibam que o "Mundo da Publicidade" e toda a comunidade acadêmica sentirão sua falta, mas também celebrarão seus sucessos futuros. Vocês não apenas contribuíram para a revista; vocês a elevaram a novos patamares.

Em nome de toda a equipe e colegas da UNIFEBE, desejo-lhes sucesso ilimitado em suas futuras empreitadas. Que cada passo que vocês deem seja guiado pela paixão que demonstraram aqui, e que o futuro reserve a cada um de vocês realizações ainda mais grandiosas.

Obrigado, do fundo do coração, por fazerem parte desta jornada conosco.

Um abraço,
Thiago!

