

# MUNDO DA PUBLICIDADE

EDIÇÃO 34

## REALIDADE AUMENTADA

UM NOVO MUNDO



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.



## Luana Grandi

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



## Ana Luiza

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



## Anah Ribeiro

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



## Maria Clara Coelho

A Clara é responsável pelo design gráfico da revista. Vive por musica e livros. : )



## 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.

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

**Página 6**  
**O que é a Realidade Aumentada?**  
Por Luana Grandi

**Página 8**  
**Realidade Aumentada Aplicada**  
**em Estratégias de Marketing**  
Por Emily Taissa

**Página 11**  
**A Realidade Aumentada pode ser**  
**o futuro da propaganda de varejo**  
Por Ana Luiza Faria Braga

**Página 14**  
**O impacto do Apple Vision Pro**  
**no futuro do e-commerce**  
Por Maria Eduarda Baumgartner

**Página 17**  
**Jogador nº1**  
Por ANAHPOP

**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 imenso prazer que apresentamos a mais recente edição da nossa revista, resultado do esforço e dedicação dos estudantes do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário UNIFEBE. Nesta edição, mergulhamos em um tema fascinante e em constante evolução: Realidade Aumentada: Um Novo Mundo.

A Realidade Aumentada tem transformado significativamente a maneira como interagimos com o mundo ao nosso redor. Desde o seu surgimento, tem sido aplicada em diversas áreas, desde jogos e entretenimento até a educação e o marketing. Nesta edição, exploramos as potencialidades dessa tecnologia e seu impacto nas estratégias de comunicação.

Em meio a um cenário de rápidas mudanças e inovações constantes, é fundamental que os profissionais da comunicação estejam sempre atualizados e preparados para enfrentar os desafios que surgem. Por isso, dedicamos este espaço para discutir não apenas as aplicações práticas da Realidade Aumentada, mas também as tendências futuras e as reflexões sobre o seu papel na sociedade.

Nesta edição, decidimos jogar todas as fichas no baralho da criatividade e trazer para você as histórias mais surreais sobre como a Realidade Aumentada está revolucionando a forma como nos comunicamos e interagimos com o mundo ao nosso redor. É como se estivéssemos vivendo em um episódio de Black Mirror, só que com um toque mais descontraído e cheio de memes!

Então, caro leitor e cara leitora, segura na nossa mão (ops, quis dizer, no mouse ou na tela do celular) e embarque nessa jornada louca e divertida pela Realidade Aumentada: Um Novo Mundo! Prometemos que será uma viagem inesquecível, cheia de surpresas e muita, muita diversão.

Um forte abraço  
Equipe Mundo da Publicidade.



# O QUE É A REALIDADE AUMENTADA?

**POR LUANA GRANDI**

Você já deve ter escutado a tão famosa Realidade Aumentada, não é mesmo? Mas já parou para pensar o que é e como ela funciona? A Realidade Aumentada (RA) é uma tecnologia inovadora que revoluciona a forma como interagimos com o mundo ao nosso redor. Ao combinar elementos virtuais gerados por computador com o ambiente físico real, a RA permite a sobreposição de informações digitais, como imagens, vídeos, gráficos 3D e textos, por meio de dispositivos como smartphones, tablets ou óculos especiais de Realidade Aumentada.

Ao contrário da Realidade Virtual (RV), que cria ambientes completamente virtuais, a RA mantém o usuário ciente do ambiente físico ao seu redor, adicionando apenas elementos digitais complementares. Isso significa que, enquanto na RV, você é transportado para um mundo totalmente novo, na RA, o mundo real é enriquecido e aprimorado com informações digitais.

A aplicabilidade da Realidade Aumentada é vasta e abrange uma variedade de campos, desde jogos e entretenimento até medicina e arquitetura. Ela promete transformar a maneira como aprendemos, trabalhamos e nos divertimos, proporcionando experiências imersivas e enriquecidas.

Mas como exatamente a Realidade Aumentada funciona? Esse sistema depende de vários componentes básicos, incluindo câmeras e lentes para capturar imagens e informações do ambiente real, sensores para fazer leituras dos objetos e determinar sua localização e características, computação para processar os dados e inteligência artificial para realizar tarefas mais complexas dentro de um aplicativo de RA. Com esses elementos em jogo, a RA cria uma experiência de imersão para os usuários, permitindo-lhes interagir de forma única com o mundo ao seu redor.

O impacto da Realidade Aumentada na vida das pessoas é significativo, especialmente considerando o aumento do acesso à internet por dispositivos móveis.

Com o crescimento exponencial do uso de smartphones, a RA está se tornando cada vez mais acessível e integrada ao cotidiano das pessoas. Isso resulta em três principais impactos:

**Aprendizado Individualizado:** A RA oferece experiências de aprendizado personalizadas e imersivas, permitindo que os usuários explorem conceitos de forma interativa e envolvente. Desde aplicativos educacionais que trazem a história à vida até ferramentas de treinamento em realidade aumentada para profissionais, a tecnologia tem o potencial de revolucionar a forma como aprendemos e absorvemos informações.

**Variedade de Aplicativos em Melhoria Contínua:** Com o avanço da tecnologia, a variedade de aplicativos de RA está em constante evolução. Desde jogos de entretenimento até aplicativos de compras que permitem visualizar produtos em sua casa antes de comprá-los, a RA está expandindo os limites do que é possível fazer com nossos dispositivos móveis.

**Precisão e Eficiência Aprimoradas:** A RA também está sendo usada para aumentar a precisão e a eficiência em uma variedade de campos, incluindo medicina, design e manufatura. Por exemplo, os cirurgiões podem usar aplicativos de RA para visualizar imagens médicas em tempo real durante procedimentos complexos, enquanto os arquitetos podem usar modelos 3D para visualizar como um edifício ficará em seu ambiente real antes mesmo de começar a construção.

Em resumo, a Realidade Aumentada está redefinindo a maneira como interagimos com o mundo, oferecendo experiências incríveis e enriquecedoras que têm o potencial de impactar positivamente diversos aspectos de nossas vidas. Com o avanço muito rápido da tecnologia, podemos esperar ver ainda mais inovações e aplicações emocionantes da RA no futuro.

**FONTES:  
CNN BRASIL;  
PORTAL INDUSTRIAL.**

# MARKETING MÁGICO: A REALIDADE AUMENTADA



**POR: EMILY TAISSA**

Se tem algo que está deixando a publicidade mais incrível do que nunca, é a Realidade Aumentada (RA). Parece coisa de filme, mas a gente jura que é real!

Imagina misturar o mundo real com um toque de magia digital. A Realidade Aumentada coloca elementos virtuais no mundo que você conhece, transformando a maneira como vemos anúncios e produtos. É como se fosse um upgrade para a realidade. Sabe aqueles filtros do Instagram? Agora, pensa em trazer isso para a publicidade. Anúncios que pulam da tela, produtos que aparecem à sua frente como mágica, é o tipo de coisa que faz a publicidade sair do papel e entrar na sua vida de um jeito totalmente novo.

Finalmente, a tecnologia está mudando – do mundo mecânico para o mundo digital, Internet, computadores, celulares e redes sociais – e isso tem profundo impacto no comportamento de produtores e consumidores. Esses e outros desafios exigirão que repensemos o marketing.

Hoje vemos o marketing transformando-se mais uma vez, em resposta à nova dinâmica do meio. Vemos as empresas expandindo seu foco dos produtos para os consumidores, e para as questões humanas. (KOTLER, 2010).

Realidade Aumentada pode deixar o cliente interagir melhor com o produto, com suas propriedades, modelagem, embalagem, com detalhes de funcionamento, permitindo o maior conhecimento das características de um produto antes de comprá-lo. Assim, a empresa diminui custos com produção e envio de amostras, por exemplo. Além disso, ainda dá ao cliente novas perspectivas.



Empresas desenvolvem jogos em RA como parte de suas campanhas. Os usuários podem caçar itens virtuais, desbloquear prêmios e, assim, se envolver mais profundamente com a marca. Por exemplo, a marca de brinquedos “LEGO” ao lançar a linha “Lego Fusion”, integrou o mundo real ao virtual. Quem está brincando pode transportar o que for criado nos blocos para o mundo virtual usando os aplicativos, mirar a câmera dele para a construção e em poucos segundos o aplicativo transporta tudo ao criar uma cidade virtual e personagens interagindo com a obra criada pelo usuário.



A Realidade Aumentada (RA) já faz parte do dia a dia das pessoas e sua presença promete crescer ainda mais.

Essa tecnologia, em constante evolução, tem o potencial de impactar significativamente a vida de muitas pessoas globalmente. Com o poderoso campo do Marketing, a união dessas duas forças pode e vai transformar o mundo.

Empresas que estabelecem uma conexão efetiva com seu público experimentam retornos mais robustos em seus investimentos, destacando-se em relação àquelas que não se adaptam. A RA tem sido aplicada de diversas formas no Marketing, desde a apresentação de produtos, amostras, campanhas publicitárias até jogos e interações táteis. Essa tecnologia multissensorial busca inovar e deixar uma marca duradoura na mente dos consumidores.

Diante da crescente utilização da Realidade Aumentada, a tendência é que ela se fortaleça ainda mais nos próximos anos. Isso deixa os profissionais de Marketing em constante alerta para as novas tecnologias, uma vez que, em um mundo digitalizado e competitivo, é crucial destacar-se e utilizar as inovações a favor das marcas.

Um exemplo notável de uma empresa que tem tirado proveito da Realidade Aumentada é a Niantic, criadora de Pokémon Go. A empresa busca manter sua visibilidade em ascensão ao unir tecnologia a franquias de entretenimento renomadas. Após o sucesso de Pokémon Go, a Niantic anunciou seu próximo jogo com realidade aumentada: Harry Potter: Wizards Unite. Essa parceria com a Warner Bros., detentora dos direitos de Harry Potter, ilustra como a RA pode ser efetivamente integrada a marcas reconhecidas mundialmente para conquistar uma ampla base de clientes.

Vocês têm que concordar comigo que a publicidade com a Realidade Virtual fica bem mais divertida, né?

BEIJÃO, EMI <3

FONTES:  
BRASIL ESCOLA;  
CNN BRASIL.

# A REALIDADE AUMENTADA PODE SER O FUTURO DA PROPAGANDA DE VAREJO

**POR ANA LUIZA**

Em um mundo cada vez mais tecnológico e virtual, o varejo é um dos setores que, na atualidade, tem tirado mais proveito da RA, a famosa Realidade Aumentada, e virado uma amiga dela. Nos últimos anos, dezenas de marcas, como Ikea, L'oreal e Cartier, começaram a experimentar diferentes tecnologias, permitindo aos clientes visualizar, por exemplo, como um sofá ficaria no espaço de sua sala de estar, como diferentes cores de cabelo e maquiagem ficaram melhor em seu visual, ou mesmo ver como um anel Cartier de US\$ 35 mil ficaria em seu dedo.

A Realidade Aumentada (RA) oferece um mundo de possibilidades emocionantes para a publicidade no varejo, potencialmente moldando o futuro da forma como as marcas interagem e se conectam com os consumidores. Ao combinar elementos virtuais com o mundo físico, a RA cria experiências imersivas e altamente envolventes que transcendem os limites das formas tradicionais de publicidade.

Uma das vantagens mais marcantes da RA na publicidade de varejo é a capacidade de proporcionar aos consumidores uma experiência de compra mais rica e personalizada. Essa capacidade de visualização prévia ajuda os consumidores a tomar decisões mais informadas, reduzindo o risco de devoluções e aumentando a satisfação do cliente. A Converse, por exemplo, lançou uma campanha publicitária que permitia aos clientes experimentarem virtualmente diferentes estilos de tênis usando RA. Isso permitiu que os clientes visualisassem como os tênis ficavam em seus pés antes de fazerem uma compra.



Um fato interessante sobre o varejo é que, apesar de as compras on-line e do M-commerce ganharem mais precedência a cada dia, os consumidores desejam experimentar a RA em lojas físicas e não apenas em seus dispositivos inteligentes. É isso que a Realidade Aumentada faz, mantém as pessoas dos dois mundos satisfeitas. Além disso, a RA tem o poder de transformar espaços físicos, como lojas e pontos de venda, em experiências memoráveis.

Por exemplo, as marcas podem usar a RA para criar instalações interativas em suas lojas, onde os clientes podem explorar virtualmente produtos, participar de jogos ou atividades e até mesmo compartilhar essas experiências nas redes sociais. Isso não apenas atrai a atenção dos consumidores, mas também fortalece o vínculo emocional entre a marca e seu público-alvo. Estratégia essa usada pela luxuosa casa de moda Coach – especializada em bolsas, malas e acessórios de couro – que instalou um “espelho RA” na vitrine de sua loja-conceito no bairro do SoHo, em NY.

Conforme a pessoa passava em frente à loja, acabava parando em frente ao “espelho”, que mostra um reflexo seu segurando várias versões do modelo de bolsa mais vendido da marca, a Tabby. Esse espelho é, na verdade, uma tela que exibe um vídeo de você se movendo em tempo real e sobrepõe um modelo 3D de uma bolsa pendurada no seu ombro virtual ou na palma da sua mão virtual. Uma semana após a instalação do equipamento, a equipe da Coach afirma ter notado que o número de pessoas que prestam atenção à vitrine aumentou em 93,5% e o tráfego na loja aumentou quase 50% (embora a proporção exata de clientes que sai de lá com uma compra na mão ainda não esteja clara).



Outro aspecto importante da RA na publicidade de varejo é sua capacidade de oferecer campanhas altamente direcionadas e mensuráveis. Ao coletar dados sobre o envolvimento dos consumidores com os anúncios de RA, as marcas podem obter insights valiosos sobre o comportamento do cliente, o que lhes permite ajustar suas estratégias de publicidade em tempo real para maximizar o retorno sobre o investimento.

No entanto, apesar de todo o potencial da RA na publicidade de varejo, ainda existem desafios a serem superados, como a necessidade de desenvolver conteúdo de alta qualidade, garantir a compatibilidade com uma ampla gama de dispositivos e lidar com preocupações de privacidade e segurança. À medida que a tecnologia continua a evoluir e se tornar mais acessível, é provável que a RA desempenhe um papel cada vez mais importante no futuro da publicidade de varejo, proporcionando experiências mais envolventes e personalizadas para os consumidores e impulsionando o sucesso das marcas.

**FONTE:  
NL;  
FAST COMPANY.**

# IMPACTO DO APPLE VISION PRO NO FUTURO DO E-COMMERCE

**POR MARIA EDUARDA BAUMGARTNER**

A Apple nos impressiona a cada lançamento e desta vez não foi diferente!

Em junho de 2023 tivemos a primeira apresentação do produto Vision Pro. Tim Cook, CEO da Apple, explicou sobre a evolução da computação pessoal (Mac), para a computação móvel (Iphone) até o atual primeiro sistema operacional espacial da Apple, o Vision Pro. Marcando a nova jornada para tecnologia pessoal de realidade aumentada, focando em uma experiência imersiva “misturando” o físico com o digital, que você utiliza colocando o aparelho sobre os seus olhos.

O Vision Pro é equipado com uma tela de alta resolução e alto-falantes de qualidade, prometendo uma imersão incomparável em ambientes virtuais. Além disso, possui 12 câmeras embutidas e recursos avançados de reconhecimento facial. Ele obedece ao comando de voz, do movimento dos olhos e dos gestos dos dedos. Assim, os usuários vão abrir aplicativos simplesmente olhando para eles, tocando os dedos para selecionar, passando o pulso para rolar ou recorrendo a um teclado virtual para digitar.

Neste mês de fevereiro de 2024, dados da Forbes afirmam que a Apple vendeu 180 mil unidades do dispositivo durante o primeiro fim de semana de pré-venda nos Estados Unidos, o que gera bastante expectativa do consumo desse produto, até chegar aqui no Brasil.

Desde o lançamento do Vision Pro eu comecei a ser impactada com mais frequência por conteúdos, assisti ao vídeo da primeira pessoa que comprou o produto saindo da loja da Apple, alguns reviews de influenciadores nas redes sociais e cada vez mais pessoas testando e adotando o produto no seu dia a dia. Eu, com os meus 20 anos, já fico chocada com a evolução da tecnologia cuja ideia não é mais poder guardar no bolso, como o nosso celular, e sim vesti-la, os óculos no caso, no cotidiano. Assim, já penso como essa evolução se encontrará nas gerações dos meus meus filhos e netos, mas claro que não vou me estender nessa minha reflexão pessoal.

Voltando, essa tecnologia veio totalmente focada na experiência imersiva das pessoas. A sua capacidade de criar esses ambientes virtuais imersivos está disposta a revolucionar a forma como as marcas interagem com os consumidores, e vice-versa, como os consumidores vão passar a interagir e comprar na internet ou realizar qualquer atividade a distância.

Já temos prova de como marcas internacionais estão se posicionando a partir do lançamento do Vision Pro. Vou dar alguns exemplos (marcas como Lowe's; J.Crew; E.l.f.): aplicativos que permitem visualizar designs de qualquer parte da sua casa, opção de misturar e combinar peças de roupas para criar outfits e vê-los em um manequim virtual, compra de produtos por meio do site entre muitos outros.

Então, sim, estejam preparados, que o novo produto terá um impacto significativo no futuro do e-commerce devido às suas capacidades de realidade aumentada e reconhecimento de objetos.

Dentro da jornada de compra do e-commerce, os consumidores, vulgo nós, vamos ter acesso a:

- Uma experiência de compra mais aprimorada, podendo experimentar os produtos virtualmente antes de comprá-los;
- Uma capacidade de personalização maior, ao ter recomendações de produtos com base nos itens que os clientes visualizam ou possuem;
- Um Marketing interativo, no qual a marca pode exibir informações sobre produtos, ofertas especiais ou vídeos explicativos quando os clientes apontam seus dispositivos para itens específicos em uma loja física ou virtual.
- E com isso uma redução no número de devoluções, pois os consumidores têm uma melhor compreensão do tamanho, forma e aparência dos itens antes de fazerem a compra e sem aquele medo de errar.



O e-commerce pode criar uma experiência de compra mais fluida e intuitiva com o Apple Vision Pro. Não só ele, como bem provável que vai mudar o nosso comportamento, como nós vivemos, trabalhamos, passamos o nosso tempo entretidos, aprendemos e nos comunicamos.

Para finalizar a matéria, deixo a fala do Tim Cook que define toda a ideia do produto.

**“É o primeiro produto que você olha através, e não para... Você pode ver, ouvir e interagir com conteúdo digital como se estivesse em seu espaço físico. Você não está mais limitado por um display.”**

Posso falar que estou torcendo por ter uma oportunidade de testá-lo o Vision Pro.

Espero que tenham gostado e até a próxima :)

**FONTES:  
ECCOMERCE BRASIL;  
LINKEDIN;  
CURSOS PM3.**



# JOGADOR Nº 1: MUITO MAIS DO QUE UM FILME DE AVENTURA.

★  
**POR ANAHPOP**

Quando começamos a discutir temática de realidade aumentada e tecnologias que estão se expandindo ao consumo popular para a edição do mês, teve um filme incrível que apareceu na minha mente no mesmo momento. Um que eu tenho certeza de que você já viu em análises sobre metaverso, sobre alienação virtual, e outros diversos temas que o longa critica... Sim, estou falando de Jogador Nº 1.

Se você ainda não conhece o título (recomendo muito), vou te falar um pouquinho dele: Em um futuro distópico em que a sociedade está à beira do colapso, Jogador Nº 1 nos apresenta ao OASIS, um magnífico e deslumbrante metaverso que serve como refúgio e escape para milhões de pessoas, tendo em vista que roupas e óculos de realidade aumentada já são acessíveis às massas. Sob a direção magistral do ilustre Steven Spielberg e baseado no romance homônimo de Ernest Cline, o filme nos leva a uma jornada emocionante através de um universo cuja fronteira entre o real e o virtual se torna cada vez mais turva.

No centro da narrativa está Wade Watts, um jovem solitário que, como muitos outros, encontra conforto e propósito dentro do OASIS. Interpretado com carisma por Tye Sheridan, Wade mergulha de cabeça na busca pelo easteregg deixado pelo falecido criador do OASIS, James Halliday. Essa busca não é apenas por uma recompensa financeira, mas também por uma chance de escapar da monotonia e desesperança do mundo real.

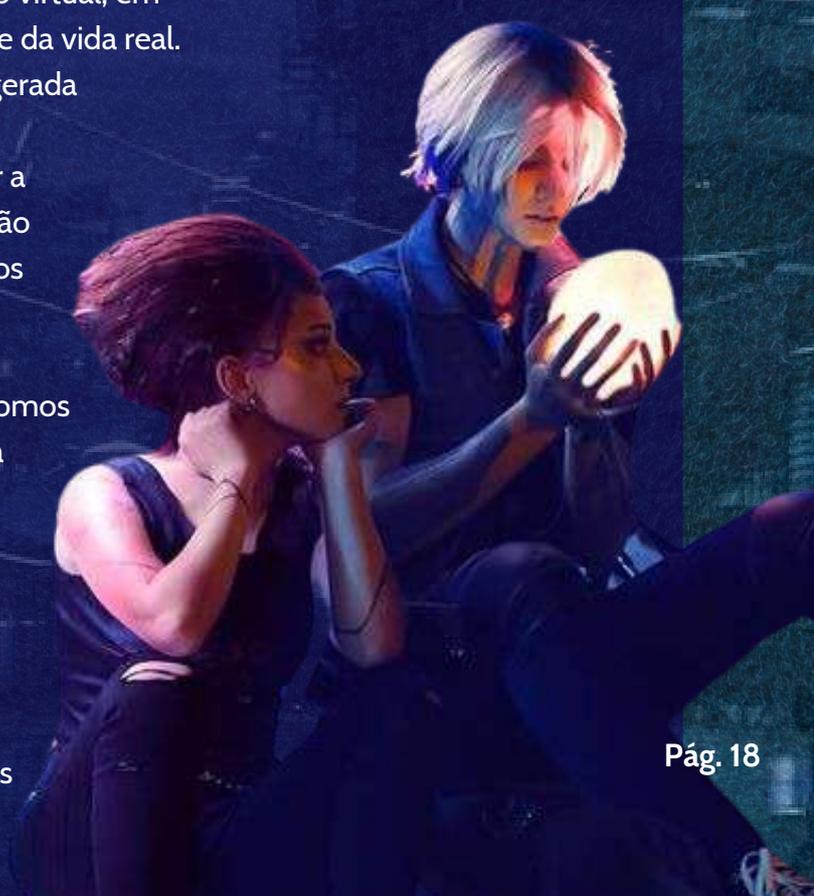
O enredo habilmente entrelaça elementos de aventura, mistério e muita nostalgia, cativando tanto os fãs ávidos da cultura pop dos anos 80 quanto os espectadores mais jovens que se identificam com a dominância tecnológica. Cada desafio enfrentado por Wade e seus companheiros de equipe dentro do OASIS é uma homenagem aos ícones da cultura geek, desde os clássicos dos videogames até os filmes e músicas mais emblemáticos da época. Essa imersão na nostalgia não é apenas uma forma de entretenimento, mas também uma reflexão sobre o papel que a cultura pop desempenha em nossas vidas e como ela molda nossa identidade coletiva. Que inclusive, tem sido discutida como uma das principais tendências de comportamento atuais, o apreço pela nostalgia, na minha opinião também tem muito a ver com a exaustão tecnológica mundial, o que faz com que as pessoas busquem refúgio em outros tempos.

No entanto, Jogador N° 1 vai além do entretenimento superficial, oferecendo uma crítica perspicaz sobre os perigos da tecnologia e da alienação social. À medida que a sociedade se torna cada vez mais dependente do OASIS para escapar dos problemas do mundo real, somos confrontados com questões profundas sobre a natureza da realidade e da conexão humana. Afinal, o que significa viver uma vida autêntica em um mundo onde a linha entre o real e o virtual está cada vez mais borrada? De que adianta fugir dos problemas do mundo real no jogo se quando saímos a Terra colapsa diante dos nossos olhos?

Falando um pouco mais especificamente sobre os paralelos com a realidade expandida, podemos perceber críticas impactantes e cirúrgicas. À medida que nos envolvemos na trama de Jogador N° 1, somos levados a refletir sobre nossa própria relação com a tecnologia e o mundo digital. Enquanto o OASIS oferece um escape sedutor da monotonia e das dificuldades do mundo real, também nos alerta para os perigos de nos perdermos na ilusão do virtual, em detrimento da riqueza e complexidade da vida real.

Afinal, o filme é uma sátira mega exagerada do que já acontece atualmente.

Além disso, o filme nos faz questionar a natureza da comunidade e da interação humana no mundo digital. Enquanto os personagens se unem e colaboram dentro do OASIS, muitas vezes à custa de suas próprias vidas virtuais, somos confrontados com a dualidade entre a solidão da vida moderna e a falsa sensação de conexão proporcionada pela tecnologia. Esse dilema ressoa profundamente em uma era em que as redes sociais e os videogames on-line muitas vezes servem como substitutos inadequados para a verdadeira conexão humana.



No entanto, apesar de as advertências sobre os perigos da tecnologia, Jogador N° 1 também nos oferece uma mensagem de esperança e resiliência. Ao final da jornada de Wade e seus companheiros, percebemos que, apesar de os desafios do mundo virtual, é a força das conexões reais que prevalece, tanto dentro do OASIS quanto fora dele. Essa é uma lembrança poderosa de que, embora as tentações tecnológicas sejam atrativas e acolhedoras, nossa verdadeira força reside e sempre residirá naquilo que existe de mais humano, na própria humanidade. Na comunidade, na capacidade de superar desafios juntos.

Jogador N° 1 é muito mais do que um simples filme de aventura. É uma odisséia emocionante e provocativa por meio do potencial e dos perigos da realidade virtual, enquanto nos lembra da importância de mantermos nossos pés firmemente plantados no mundo real e de cultivar relações humanamente profundas. É um lembrete oportuno de que, embora a tecnologia possa nos oferecer novas formas de escapismo e entretenimento, é a conexão humana genuína que realmente dá sentido às nossas vidas.

Fica aí, a minha recomendação para reflexões intrigantes e um filme cheio de emoção.

*See ya! xx*

# CARTA AO LEITOR

Queridos Alunos e Alunas do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário UNIFEBE, comunidade e leitores da Revista Mundo da Publicidade.

Hoje, gostaria de dedicar este espaço para expressar nossa mais profunda gratidão e reconhecimento pelo extraordinário trabalho que Bianca, Mariele e Gabriely realizaram ao longo dos últimos dois anos na produção da revista Mundo da Publicidade.

É difícil expressar em palavras o impacto que o esforço e dedicação de vocês tiveram não apenas na qualidade da revista, mas também no ambiente acadêmico e na formação dos demais estudantes. Vocês não apenas entregaram um produto de alta qualidade, mas também inspiraram e motivaram toda a comunidade universitária com seu profissionalismo e paixão pelo que fazem.

Durante esse período, testemunhei de perto o comprometimento incansável de vocês em cada etapa do processo, desde a concepção das ideias até a finalização dos layouts, passando pela pesquisa, redação e edição. Cada página da revista reflete o cuidado meticuloso e a criatividade excepcional que vocês colocaram em seu trabalho.

Além disso, sua capacidade de trabalhar em equipe, superar desafios e enfrentar prazos apertados com determinação e bom humor é verdadeiramente inspiradora. Vocês não apenas demonstraram competência técnica, mas também habilidades de liderança e colaboração que serão inestimáveis em suas carreiras profissionais futuras.

Mais do que apenas produzir uma revista, vocês criaram um legado. O Mundo da Publicidade não é apenas um veículo de informação, mas também um reflexo do talento, comprometimento e paixão de vocês pelo campo da comunicação. Vocês deixam um marco indelével na história do curso de Publicidade e Propaganda do UNIFEBE e na vida de todos aqueles que tiveram a sorte de trabalhar ao lado de vocês.

Portanto, em nome de toda a comunidade universitária, gostaríamos de expressar nossa sincera gratidão e admiração por tudo o que vocês conquistaram. Que este seja apenas o primeiro passo de uma jornada repleta de sucesso, realizações e muitas outras conquistas extraordinárias.

Parabéns, queridas alunas, por esse maravilhoso trabalho e por todo o impacto positivo que vocês causaram em nossa comunidade acadêmica.

Com respeito e admiração,  
Thiago



**UNIFEBE**

PUBLICIDADE  
E PROPAGANDA

