

MUNDO DA

# publicidade

EDIÇÃO 54

# FIM DE ANO 2025



UNIFEBE

PUBLICIDADE  
E PROPAGANDA





## NOTA DA EDITORA

POR ANA LUIZA FARIA

**3**

## A EQUIPE

**4**

## RETROSPECTIVA DE PP 2025

POR BRUNO TORRESANI

**5**

## O UNIVERSO DA EMILY QUE CONQUISTOU NOSSOS CORAÇÕES

POR JOANA GUMS

**9**

## O LEGADO DO ANAH POP

POR ANA LUCIA

**13**

## CARTA PARA MADU

POR MARIA RITA

**15**

## FOCAR NA ACADEMIA E TENDÊNCIAS DE MARKETING PARA 2026 - AS EXPECTATIVAS PARA O PRÓXIMO ANO

POR ISABELA BETINELLI

**14**

## O QUE NINGUÉM ME CONTOU ANTES DE COMEÇAR E O QUE FICA DEPOIS DO ÚLTIMO TRABALHO ENTREGUE

POR MARIA EDUARDA BAUMGARTNER

**17**

## CARTA AO LEITOR

POR THIAGO DOS SANTOS

**23**

# A EDIÇÃO

Chegar à última edição do ano sempre traz um sentimento de pausa. Não para olhar para trás de forma profunda, mas para reconhecer tudo o que construímos juntos ao longo de mais um semestre.

A Mundo da Publicidade continua sendo esse espaço que representa o curso de PP: um lugar onde ideias se transformam em projetos, onde os alunos encontram voz e onde a prática complementa o que aprendemos em sala de aula. Nesta edição, reunimos textos que conversam com esse momento de fim de ano, agradecimentos, reflexões individuais e registros que fazem parte da rotina de quem vive o curso de perto.

Mais do que um encerramento, esta edição é um gesto simples de reconhecimento: à equipe, aos professores, aos colegas e a todos que acompanham o trabalho da revista. Cada edição só existe porque há pessoas dispostas a criar.

Obrigada por fazer parte disso em 2025.

Que 2026 traga novos projetos, novas ideias e o mesmo entusiasmo de sempre! ❤️🌟

**Boa leitura!**

**Ana Luiza – Editora Chefe**  
**Mundo da Publicidade**



# MUNDO DA publicidade



THIAGO DOS SANTOS  
COORDENADOR



ANA LUIZA FARIA  
EDITORA CHEFE



ROSANA PAZA  
PROFESSORA REVISORA



ANA LUCIA FIÚZA  
REDATORA



BRUNO TORRESANI  
REDATOR



ISABELA BETINELLI  
REDATORA



CAMILA CUNHA  
DESIGNER



MARIA EDUARDA  
BAUMGARTNER  
REDATORA



GABRIELLY MOTER  
DESIGNER



JOANA GUMS  
REDATORA



MARIA RITA REIS  
REDATORA



RAIANE VERWIEBE  
DESIGNER



# RETROSPECTIVA DE PP

## 2025

Por Bruno Torresani

Oiee, leitor, tudo bem com vocês? Dá para acreditar que já chegamos ao final de mais um ano! Loucura pensar que, em 2024, eu aceitei esse desafio de entrar no curso de PP e que essa decisão mudaria para sempre a minha vida.

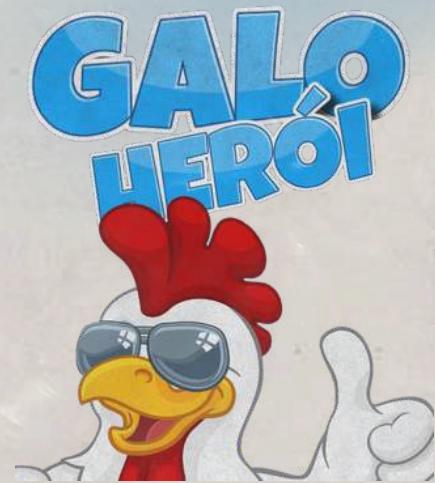
Nesses dois anos, conheci amigas incríveis. Entrei para a revista Mundo da Publicidade, criei meu programa de rádio, atuei por um tempo na área. Isso me levou a adquirir mais conhecimentos. Entrar para PP é viver diversas experiências, com as mais diversas pessoas e os mais diversos pensamentos; neste ano que se encerra, convido-te a voltar no tempo comigo para te mostrar tudo o que nosso curso maravilhoso ofereceu aos acadêmicos, professores e familiares.

Nosso ano começa lá em fevereiro; é nesse mês que fomos recebidos com muita música, mascotes, jogos e muitas guloseimas. É um jeito de dizer "obrigado" da nossa instituição aos calouros que estão começando a trilhar esse caminho e também dizer bem-vindos de volta aos veteranos. Sinceramente, eu sempre vou me sentir um calouro nesses momentos com as minhas amigas. São memórias que criei e guardo com muito carinho a cada ano que passa.



O semestre começa e vários desafios nos aguardam, atualmente estou encerrando a quarta fase, e o semestre para mim foi bem dinâmico, um exemplo bem claro disso foi o dia que voltei do show do Stray Kids, em abril, em uma segunda-feira à tarde de São Paulo, e à noite já estava em Santa Catarina, fazendo uma prova de fotografia vestido de Ken. É, galera, adoro trazer esse tipo de acontecimento nas minhas matérias para inspirar outras pessoas a participarem de PP e ver o quanto é incrível e diversificado o nosso curso pode ser.

São muitas provas e trabalhos, mas temos os nossos reconhecimentos, por exemplo, eu e outras pessoas da revista tivemos a grande honra de participar do Galo Herói no começo do ano. Um prêmio dado aos alunos que se destacam ao longo do semestre, e gente, sério, que feliz eu estava por ter várias pessoas do time da Mundo da Publicidade vivendo esse momento comigo, ao lado do nosso coordenador incrível que sempre nos incentiva a dar o nosso melhor.



Durante o ano, tivemos vários Cafés com Mercado, nos quais grandes profissionais da nossa área vieram até a instituição para nos mostrar, por meio de palestras, caminhos que podemos trilhar e também para nos trazer inspiração para nos tornarmos grandes profissionais iguais a eles algum dia.

Estamos no curso de PP, e é claro que por aqui tem muita criatividade sendo colocada em prática nas manhãs de sábado com a Colmeia Criativa.

Sério, houve tantas pessoas legais que se dedicaram um pouco do sábado para trazer conteúdos interessantes e dinâmicas aos acadêmicos, o que só mostra o quanto este curso é extremamente especial. Durante a nossa curricularização, tivemos a oportunidade de fazer algo inédito. Criamos histórias em quadrinhos para abordar temas sérios que precisam ser discutidos cada vez mais nas escolas e na comunidade.

Agora, vocês imaginem, eu, que li várias histórias em quadrinhos durante a minha infância e pude ter um próprio quadrinho. É surreal.

Em 2025, porém, tivemos um evento para chamar de nosso: o lançamento da edição 50, em versão impressa, da Mundo da Publicidade.

Foi uma noite incrível e inesquecível. Já na recepção, encontramos o mascote do nosso curso: nosso querido galinho Rodolfo, animando a galera, e uma capa de revista em tamanho real para tirar várias fotos de recordação. Naquele momento, eu sabia que a noite estava apenas começando, e sério, tivemos discursos da reitoria, do nosso coordenador Thiago, que sempre torce pela gente, da nossa querida Ana, que sempre nos incentiva a buscarmos o melhor de nós para trazer, todos os meses, os melhores conteúdos para vocês, leitores.

Ganhamos presentinhos, com direito até a uma camiseta oficial do time da revista, e uma das minhas maiores emoções foi poder receber esse carinho todo diretamente das mãos de nossos pais, que nos entregaram esse reconhecimento com tanto carinho.

O ano quase estava acabando quando PP mostrou, mais uma vez, que sabe dar um show: fez o UP, um evento para que novos estudantes conhecessem o curso e se apaixonassem por PP, assim como a gente é. E o tema? O melhor possível: a Fantástica Fábrica da Criatividade, inspirado na Fantástica Fábrica de Chocolate, tudo preparado com muito carinho por um time fenomenal que só PP pode proporcionar.



Foi um ano incrível, sem dúvida nenhuma; mas nada disso seria possível sem os profissionais que estão por trás da dedicação de cada dia pela gente.

Eu que estou encerrando a quarta fase do curso, fiquei extremamente triste ao saber que professores iguais aos nossos queridos, Gabi e Pedro, encerraram um ciclo em nossas jornadas e que nossos dias em sala de aula juntos chegaram ao fim; porém fico extremamente grato que esses profissionais vão continuar inspirando tantos outros alunos que estão por vir; muito obrigado por tanto.

A todos os professores, meus mais sinceros agradecimentos e também em nome de todos os integrantes da nossa revista.

Muito obrigado aos professores Thiago, Gabi, Denise, Jan, Pedro, Gleici, Amanda e Roberta, por nos mostrarem, noite após noite, que podemos fazer mais pelas pessoas que, graças a vocês, estamos nos tornando seres humanos melhores. E obrigado de verdade por mostrar que cada aluno e aluna tem algo único a oferecer não somente no curso, mas também para o mercado profissional e para o mundo; embarcar nessa jornada com vocês está sendo a melhor experiência da minha vida.

E é claro que não posso me esquecer da profe. Rosana, por revisar nossos textos com tanto cuidado; graças a ela, a Revista Mundo da Publicidade consegue ser cada vez mais incrível para você, leitor. Quero agradecer de coração a toda a equipe da Mundo da Publicidade, que trabalhou com dedicação, paciência e paixão para que cada detalhe desta revista chegasse até vocês com o máximo de cuidado.

A todos os nossos leitores, que nos acompanharam durante o ano, o meu muito obrigado. Vocês dão sentido a cada edição, transformam o nosso trabalho em algo maior e nos motivam a continuar criando. Que 2026 venha cheio de novas ideias, histórias e inspirações! Boas festas e um feliz Ano Novo, meus queridos, até ano que vem!



# O universo da Emily

## que conquistou nossos corações

Por Joana Gums

Nesta matéria, nos despedimos de uma redatora muito importante para a revista: a Emily, que estreou na edição 25 e, desde lá, agregou muito na nossa trajetória até esta edição número 54! Sempre abordando temas pertinentes e de forma sensível, atraindo cada vez mais leitores para a nossa comunidade, mas o talento dela não para por aí!

A Emily tem seu próprio universo, como ela mesma intitulou no podcast da rádio UNI "Emiverso", no qual ela aborda temas relacionados à publicidade e propaganda, além de assuntos pertinentes à atualidade e à vida agitada dela, sempre com uma vibe cool, que te faz sentir numa roda de conversa entre amigas. O resultado é um espaço leve, divertido e cheio de personalidade, exatamente como a própria Emily. Essa experiência fortaleceu ainda mais a desenvoltura dela diante do microfone e das câmeras, ampliando sua segurança na criação de conteúdos.

Ela é a verdadeira Barbie com milhares de profissões: podcaster, redatora, universitária, funcionária do "vôlei da Havan", jogadora de vôlei, swifter, corredora, publicitária e dona de um feed cheio de memórias lindas (concluído com base em longas stalkeadas). Ela ama a praia, estar com os amigos e a família, fotografar o céu, viver sempre em movimento e comer boas comidas. Além disso, tem um sorriso contagiano qualquer um e uma energia pura e iluminada.



Uma menina querida por todos que, segundo as palavras do coordenador de curso Thiago, "está muito engajada no mundo digital, está sempre ativa nas redes sociais e acompanhando as principais tendências de comportamento e consumo. Carismática e supercomunicativa, ela costuma compartilhar seu cotidiano, dancinhas de TikTok com o seu irmão, além dos bastidores de seu trabalho no Instagram, deixando claro que ela ainda tem um mundo inteiro de conquistas pela frente!"

A Emily deixa uma marca muito especial na história da revista, que vai fazer muita falta ao time, que sempre a lembrará com muito carinho. Cada integrante deixa um pedacinho de si aqui dentro, e com ela não foi diferente, sua descontração e leveza na hora de fazer as coisas refletem em tudo que ela produz e deixam mais leve cada ambiente em que ela passa.

Sentiremos muita saudade de seus textos e, como diria Taylor Swift:

**"You're on your own, kid".**



# 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.



**EM CASA  
NA UNIVERSIDADE  
NO TRABALHO**



**O GRUPO UNI É  
A SUA COMPANHIA**



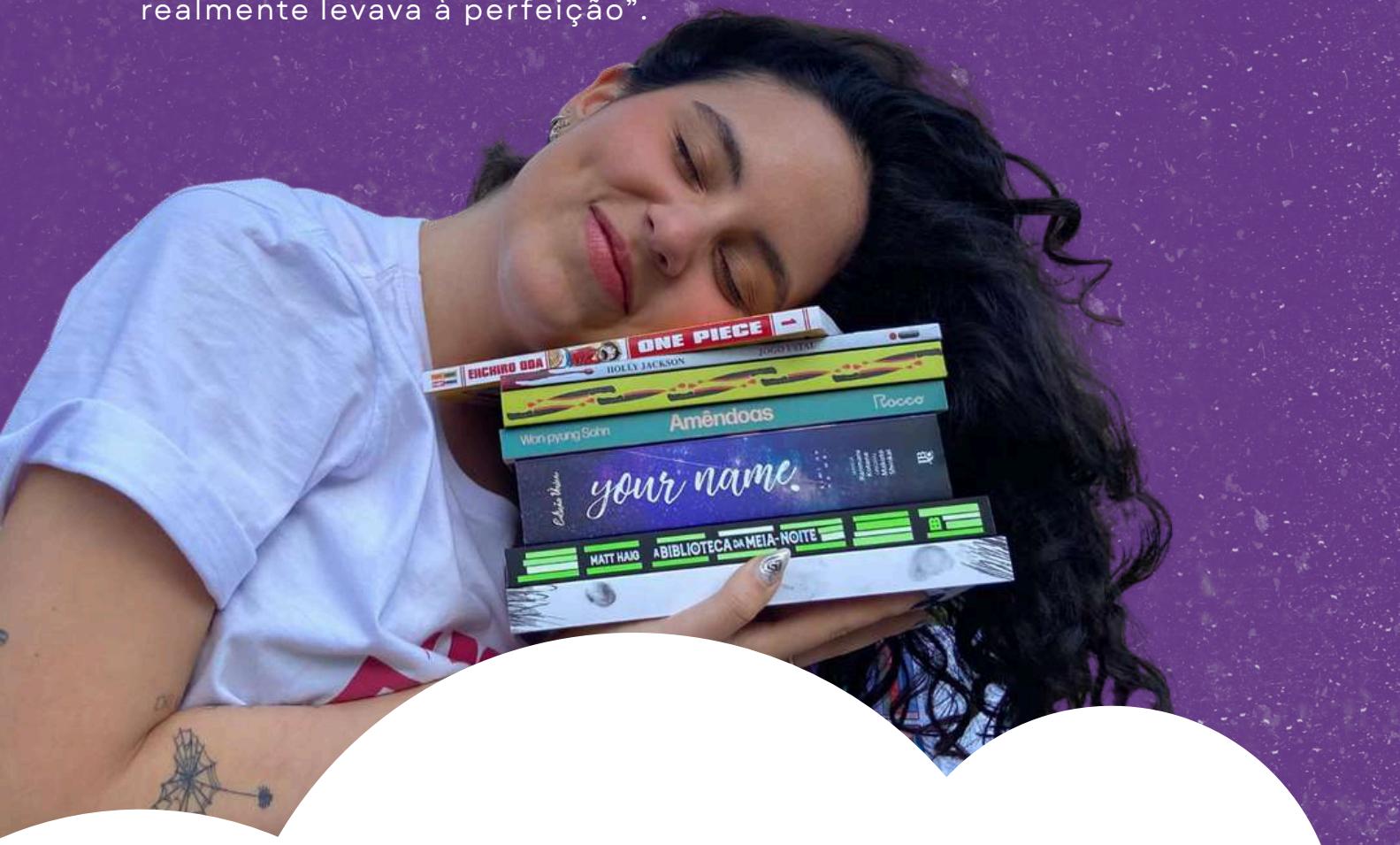
# O LEGADO DO



Por Ana Lucia Fiúza de Carvalho

Uma aluna que marcou de forma única a sua passagem pelo curso de Publicidade e Propaganda e pela revista. Desde o início, mostrou iniciativa, criatividade e uma vontade enorme de aprender fazendo. Foi esse olhar inquieto que fez nascer um dos projetos mais lembrados pelos colegas: o programa “Anah Pop”. Um espaço que carregou não apenas seu nome, mas sua personalidade, sua visão de mundo e sua forma tão própria de se comunicar.

Quem a acompanhou em todo esse processo de perto foi o Gui, que relembra que esteve presente em cada etapa: da escolha do nome, das cores e artes ao formato e à divulgação do podcast. Mais do que participar tecnicamente, ele pôde assistir à evolução pessoal e profissional da Anah, como ele mesmo disse, “a prática realmente levava à perfeição”.



Um ponto que merece destaque é a escrita da Anah. Ela sempre foi impecável da construção de roteiros às conexões criativas que despertavam curiosidade em quem lia ou ouvia. Ele conta que muitas vezes terminava um roteiro com vontade de assistir um filme, procurar uma referência ou simplesmente continuar a conversa, porque Anah escrevia despertando interesse.

A forma que a Anah trabalhava deixava as coisas mais divertidas e leves, o que proporcionava a liberdade para criar, escrever, gravar e editar. Isso fez com que o projeto crescesse e se tornasse mais do que um programa, virou aprendizado real e lembrança afetiva.

Por tudo isso, a Anah merece o carinho e o reconhecimento pelo caminho que construiu aqui. Uma acadêmica que aproveitou as oportunidades e deixou contribuições reais, que hoje fazem parte da história da revista, da rádio UNI e do curso. Que a trajetória dela inspire quem está aqui agora e quem ainda chegará, mostrando que a universidade é, sim, um espaço onde ideias viram projetos reais.

66  
Anah, tem um recadinho para você!

“Anah, trabalhar contigo no Anah Pop foi uma honra. Tenho muito orgulho da nossa caminhada e da profissional incrível que você mostrou ser. Você é talentosa, uma artista completa, tem comunicação na veia, personalidade forte, estilo único e super pop. Obrigado por ser você.”

Guilherme Bernardi



# Carta para Madu

Por Maria Rita Reis Marcos

**Confesso que, quando recebi o convite para falar da Madu, fiquei muito apreensiva, pois achei que não saberia muito o que falar. Mas como poderia não saber? Após pensar por apenas alguns segundos, percebi que falar da Madu é fácil, porque ela é uma fonte de inspiração.**

**Em cada linha que ela já escreveu na revista, deixou uma assinatura invisível, e falo com convicção de que é impossível ler um texto e não saber que foi ela quem o escreveu, ou então, ver um tema super atual e não saber que foi ela quem o trouxe.**

Madu,

**Fico imensamente feliz por ter acompanhado, ainda que parcialmente, sua trajetória. Desde o primeiro dia na revista, já foi notável o quanto você consegue elevar o padrão de todos ao seu redor. Afinal, o seu padrão sempre esteve acima da média; você é exemplo.**

**Você mostrou para a equipe que escrever é muito mais do que juntar palavra com palavra, é transformar ideias em experiências, é impactar pessoas e, além de tudo, é deixar um legado que permanece. O mundo está esperando por você, Madu, e eu tenho a certeza de que você fará uma marca tão única e significativa quanto tudo o que você já construiu aqui.**

**Eu e toda a equipe da Mundo da Publicidade queremos deixar aqui, com todo carinho e admiração, nosso mais sincero obrigada!**



# FOCAR NA ACADEMIA E TENDÊNCIAS DE MARKETING PARA 2026

## AS EXPECTATIVAS PARA O PRÓXIMO ANO

Por Isabella Betinelli Ziegler

Mais um ano está sendo finalizado, e a expectativa para o próximo não é só começar um novo hobby, achar o grande amor ou focar na academia. Mas também refletir sobre como estará o mundo que nos cerca.

Fugir da publicidade só é possível se você realizar meu sonho de passar meses em uma ilha no Caribe, sem contato com pessoas externas e sem internet. Brincadeiras à parte, essa também seria uma ótima ideia para as férias de início de ano.

Sem mais delongas, vamos ao tema principal: as tendências de marketing para 2026.

Obviamente, a tão comentada Inteligência Artificial (IA) estará ainda mais integrada ao universo publicitário.

Sabe quando falamos repetidamente de um produto ou marca perto do celular e começam a aparecer várias propagandas? Isso acontecerá ainda mais, porém de forma mais precisa. Esse encontro pelo produto ideal também será facilitado. Isso acontece porque, em 2026, o papel do Diretor de Marketing será garantir que suas marcas estejam presentes nos conteúdos dos quais os modelos de IA aprendem. Assim, quando as pessoas pedirem uma recomendação, seja de receita, tutorial ou avaliação, a marca certa aparecerá. Sim, graças à querida Iá. Ela não serve só para criar vídeos trágicos que nossos parentes mais velhos compartilham achando que são verdadeiros.

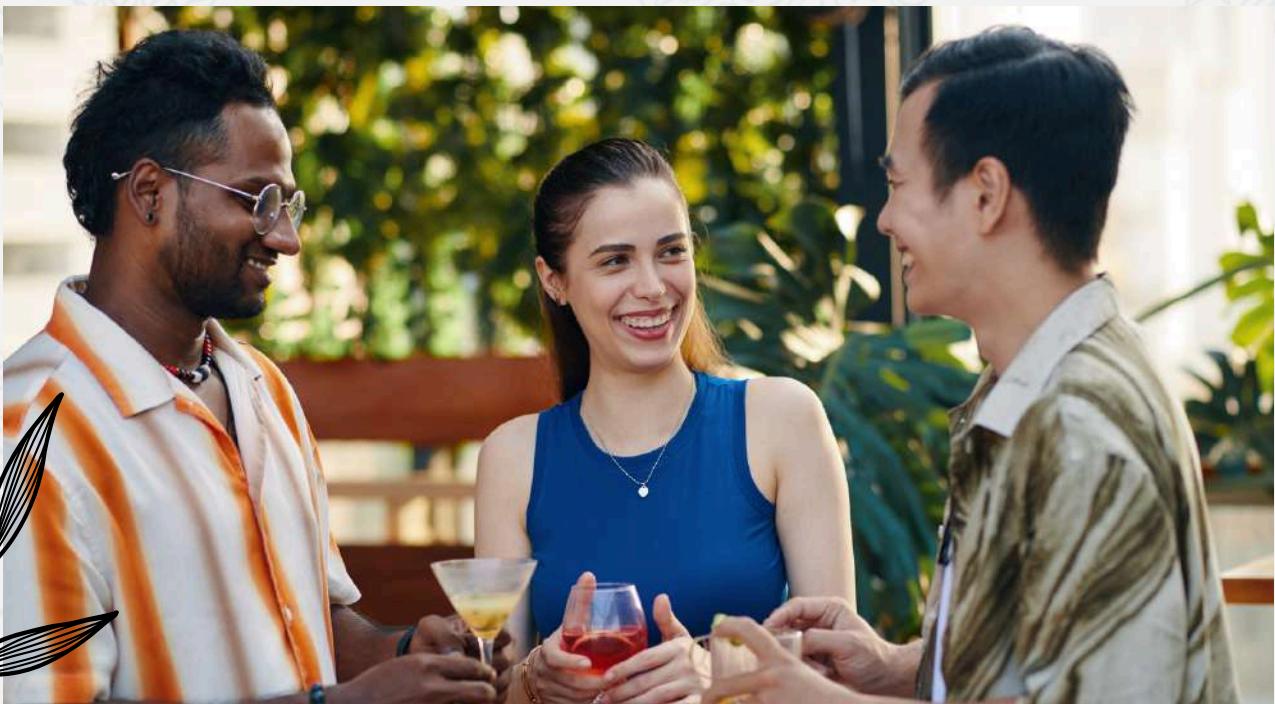
O aprimoramento da qualidade de dados será fundamental para ampliar audiências e alcance por meio da inteligência artificial. Em 2026, a tendência é vermos uma evolução de tecnologias como Digital Twins e Cohort Boosting.

Resumindo, as marcas usarão e abusarão da inteligência artificial para automatizar serviços e facilitar o contato com o consumidor certo, evitando alcançar pessoas sem interesse real. Isso beneficiará tanto os usuários quanto as próprias marcas. Porém, teremos de tomar mais cuidado para não fazer compras impulsivas durante uma noite de insônia. Por outro lado, com tanta artificialidade, as marcas precisarão se conectar mais com seu público. O ideal é que haja equilíbrio no uso da IA. Ela é útil para estudos de dados, estatísticas e direcionamento, mas a conexão humana jamais será substituída. Marcas robotizadas, artificiais e padronizadas não terão espaço.

Quem se recusar a testar e se adaptar a esse sistema sairá prejudicado. Será um ano para jogar, tentar, aprender e aproveitar o que levaria muitas horas de trabalho humano, enquanto a IA realiza tarefas automáticas e libera espaço para o que nenhuma inteligência artificial tem: a sensibilidade. Com tantos feeds algoritmizados, os microinfluenciadores conquistarão muito espaço, já que as comunidades têm buscado ser ouvidas, vistas e atendidas.

Falando em pessoas, as marcas que melhor representarem a diversidade e incluírem diferentes públicos de fato irão se sobressair. Acima de qualquer *trend*, a busca por espaço, representatividade e acolhimento é o que realmente dita a moda. Cerca de 65% das pessoas têm a inclusão como pré-requisito para se unirem a uma marca, e esses números tendem a crescer ainda mais.

Voltando aos criadores de conteúdo, eles continuarão tendo grande responsabilidade na construção de marca. A tendência é que a procura por microcriadores de conteúdo aumente, e eles atuarão como canais de comunicação entre consumidor e marca de maneira mais espontânea, orgânica e próxima.



Essas previsões são baseadas em pesquisas externas. Como quero estar atualizada sobre as tendências de 2026, fiz uma pesquisa interna na Revista para trazer mais proximidade. Gostaram? Coincidemente, nossa galera também está acompanhando as pautas futuras. As palavras mais utilizadas para definir suas expectativas para o próximo ano foram variações de "tecnologia", "representatividade" e "conexão humana". Isso mostra como buscamos automaticamente o equilíbrio, já que tecnologia e conexão humana são coisas totalmente distantes uma da outra. Porém, ambas são muito benéficas e interessantes.

Poderíamos passar muito tempo falando sobre nossas expectativas, nesta época do ano. Afinal, é um sentimento natural de recomeço que nos abraça. E isso é muito legal! Não há problema algum em sonhar, idealizar, rir dos próprios objetivos e acreditar em si. Aproveite essa época exatamente dessa forma, caso esse sentimento venha à tona.

Que 2026 seja um ano incrível para a publicidade, mas acima de tudo, que seja magnífico para cada um de vocês que estão lendo esta redação. Obrigada a todos que nos acompanharam neste ambiente cheio de curiosidades, conhecimento e muito carinho. O ano é nosso! Temos o poder de torná-lo inesquecível!

**FONTES:**  
**EXAME**  
**MENTIMETER**

# O QUE NINGUÉM ME CONTOU ANTES DE COMEÇAR E O QUE FICA DEPOIS DO ÚLTIMO TRABALHO ENTREGUE

Por Maria Eduarda Baumgartner

Eu queria escrever algo diferente nesta edição. Talvez porque esta seja a minha última participação como estudante na Revista de PP, talvez porque existe um tipo de nostalgia que só aparece quando percebemos que um ciclo está realmente chegando ao fim. Quando a Ana, nossa diretora-chefe, sugeriu que eu escrevesse um texto autoral, senti que era a oportunidade perfeita para registrar um pouco do que vivi, aprendi e me tornei nesses anos. Foram quatro anos de faculdade e quase três de participação na revista. Agora, estou a um passo de me tornar, oficialmente, publicitária. E, por mais que eu tente, sei que duas páginas não são suficientes para expressar tudo o que sinto: alegria, orgulho, um frio na barriga ao olhar para o futuro e uma saudade antecipada de um tempo que já começou a se tornar memória.

Por isso, quis abordar essa temática: o que ninguém me contou antes de eu começar a cursar Publicidade e Propaganda. Naquela época, eu não conhecia muitas pessoas que cursavam o mesmo. Então, já adianto a você, leitor ou futuro estudante, que o mundo da publicidade é incrível. Entramos nele para aprender sobre marcas, campanhas e estratégias, mas acabamos descobrindo muito mais sobre nós mesmos. Ninguém me disse que eu faria amizades que parecem acompanhar a vida inteira. Que eu seria desafiada por trabalhos que tiram o sono, mas também por aqueles que reacendem a paixão pela área. Que a publicidade é grande demais para caber em uma única gaveta e que, em certos momentos, eu me veria como uma verdadeira multitarefa, capaz de transitar por diversas habilidades e entregar o melhor.

A publicidade ensina muito mais do que técnicas. Ela mostra como gerações moldam comportamentos, como o consumo movimenta a economia e como a psicologia da comunicação influencia escolhas. A publicidade ensina que tudo é multiplataforma, que uma boa mensagem é aquela que estabelece conexão e que, por trás de qualquer peça, existem estratégia, redação, criatividade, fotografia, gestão e análise. Ao perceber, você já aprendeu todo o processo do marketing estruturado, da ideia ao resultado. E o mais curioso é que, quanto mais eu estudava, mais eu me encontrava. Cada disciplina ampliava minha vontade de fazer parte desse universo.

Existe, porém, um aspecto sobre o qual ninguém fala com clareza: a autocobrança. A sensação constante de que se poderia fazer mais, ser mais, entregar um trabalho melhor. É justamente nessas horas que nos conhecemos de verdade. Aprendi a olhar para os meus limites, a entender o meu tempo e a reconhecer as minhas forças. Descobri que a organização e o perfeccionismo que sempre fizeram parte de mim podiam ser aliados, não obstáculos. A publicidade é linda, mas exige coragem. Coragem para tentar, errar, ajustar e seguir. E, mesmo assim, foi nela que encontrei motivos para continuar.

No meio desse processo criativo, encontrei amigas muito especiais, em especial Aline, Bianca e Rafa, que dividiram ideias, cobranças, dúvidas e conquistas. Gente que viu minhas melhores versões... e as nem tão boas assim. Cada uma delas é parte do que me tornei e leva comigo um pedacinho deste período tão importante. Também não poderia deixar de dedicar este espaço aos professores que marcaram a minha trajetória com conteúdo, conversas e orientações. Em especial, ao Thiago, coordenador do curso; à Roberta, minha orientadora do TCC; à Denise, orientadora de estágio; à Gleici, professora incrível que sempre me inspirou, e a outros profissionais excepcionais da Unifebe. Foram educadores, guias e referências.





E, claro, a Revista de PP foi, sem dúvida, uma parte essencial dessa jornada. Foi por meio dela que entendi que a comunicação é uma construção coletiva e que o trabalho em equipe exige respeito, ritmo, entrega e confiança. Dentro da revista, pude explorar o meu sonho de um dia ter um blog, um espaço só meu para escrever minhas ideias. O time merece muito reconhecimento pelo trabalho que entrega, e com certeza continuarei acompanhando as próximas edições com o mesmo carinho de sempre.

E agora, diante da minha última entrega, percebo o quanto importante foi o processo. A vida profissional é exatamente isso: um grande projeto em andamento, sempre sujeito a revisões e recomeços. Ao encerrar esta etapa, sigo escrevendo o próximo capítulo da minha história. Se eu puder deixar uma mensagem nesta última edição, será esta: a universidade é apenas o primeiro passo. Obrigada à PP por tudo o que me ensinou sobre comunicação e obrigada a mim mesma por sempre escolher continuar.

**P.S.: já sinto saudades.**



**@PPUNIFEBE • 2025/1**

Subiu o vídeo e viralizou? Imagina criar isso **TODO DIA!**

**WWW.UNIFEBE.EDU.BR**

#publicidadeepropaganda #notamaxima #futuro #unifebe #vemserPP



Home



Discover



+



Inbox



Me

VENHA SER  
**PP UNIFEBE**

[WWW.UNIFEBE.EDU.BR](http://WWW.UNIFEBE.EDU.BR)



**UNIFEBE**

PUBLICIDADE  
E PROPAGANDA



# CARTA ao leitor



## Querido leitor e querida leitora!

Esta edição não trata de técnicas, marcas ou campanhas. Trata de pessoas. De cada aluno que escreveu entre os compromissos, de quem revisou à noite, de quem diagramou com cuidado e de quem acreditou que um projeto acadêmico pode unir prática e propósito.

A Mundo da Publicidade reúne diferentes modos de pensar e trabalhar. Há quem participe ativamente das reuniões e há quem apenas observe. Há quem pense visualmente, quem pense a partir de dados e quem simplesmente sinta e transforme isso em texto. É dessa mistura que nascem o conteúdo da revista e a força do projeto.

Neste mês, também nos despedimos da Madu, que encerra sua trajetória na revista ao concluir sua graduação. Sua passagem deixou contribuições e referências para os colegas que permanecem. Agradeço seu comprometimento, constância e a forma como ajudou a construir a identidade desta publicação. Para sempre, o meu carinho!



Registro ainda meu agradecimento à Reitoria e a todos os integrantes da revista. O apoio institucional e a disponibilidade do grupo são fundamentais para manter este projeto vivo. Cada reunião, cada entrega e cada cuidado dedicado ao processo mostram que esta revista é construída de forma coletiva.

Ao olhar para a equipe que conduz esta publicação, vejo algo importante. Vejo alunos que não apenas estudam publicidade, mas também entendem que comunicar é compartilhar. Fazer uma revista é registrar trajetórias e construir memória.

Encerramos o ano com a sensação de dever cumprido nosso papel e dispostos para o que está por vir. Cada edição encerra um ciclo e abre outro. Aprendemos que um projeto ganha vida quando muitas pessoas se comprometem com a mesma ideia.

Que esse fim de ano nos encontre com essa consciência. Cansados pelo ritmo, mas satisfeitos com o que entregamos. E que estejamos dispostos a continuar escrevendo, não só sobre publicidade, mas também sobre tudo aquilo que ela nos provoca.

Um extraordinário fim de ano para a equipe, a Reitoria, os alunos do curso de Publicidade e Propaganda da UNIFEBE e para todos os leitores da revista.



Um forte abraço,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Thay S." It is written in a cursive, flowing style.





@PPUNIFEBE

WWW.UNIFEBE.EDU.BR

PUBLICIDADE E PROPAGANDA @UNIFEBE.EDU.BR