

EDIÇÃO 46

MUNDO DA PUBLICIDADE



O BRASIL NO OSCAR



UNIFEBE

PUBLICIDADE
E PROPAGANDA

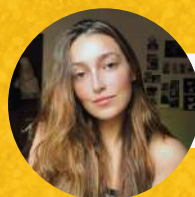


Conheça a equipe

MUNDO DA PUBLICIDADE



**Coordenador
Thiago Santos**



**Editora Chefe
Ana Luiza Faria Braga**

**Professora
Rosana Paza**



**Designer
Gabrielly Moter**



**Redatora
Anah Ribeiro**



**Redatora
Emily Taissa**



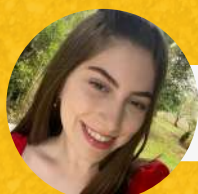
**Redatora
Maria Eduarda Baumgartner**



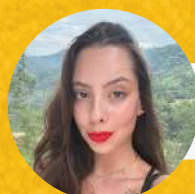
**Redatora
Joana Gums**



**Designer
Raiane Verwiebe**



**Redatora
Isabella Betinelli**



**Redator
Bruno Torresani**



**Redatora
Maria Rita Reis**



**Redatora
Beatriz Baptista**



**Designer
Camila Cunha**



**Redatora
Ana Lucia Fiuza**



Página 5
Nota dos Editores da
Revista
Mundo da Publicidade
Por Ana Luiza

Página 7
Um ícone chamado
Fernanda Torres
Por Emily Taissa

Página 9
Luxo no Oscar: O impacto
positivo das marcas de
luxo vestindo artistas
brasileiros
Por Beatriz Baptista

Página 11
Brasil no jogo: A jornada
dos filmes brasileiros
indicados ao Oscar
Por Joana Gums

Página 14
Ainda Estou Aqui
Por Anah Pop

Página 16
O Efeito do filme “Ainda
Estou Aqui” nas redes
sociais
Por Maria Eduarda
Baumgartner

Página 18
Brasil no Oscar: os
desafios de construir
sua imagem no mundo
Por Maria Rita

Página 19
O Oscar como
ferramenta de
publicidade para a
cultura brasileira
Por Isabella Betinelli

Página 21
Fernanda Torres, Walter
Salles e a Noite Em Que
o Oscar Se Tornou
Nosso Maior Carnaval
Por Bruno Torresani

Página 24
O Brasil e o Oscar: O
Começo de Uma Nova
Era no Cinema
Nacional?
Por Ana Lucia

Carta ao Leitor
Por Thiago Santos
Agradecimento!



MUNDO DA PUBLICIDADE

● ● ●
SUMÁRIO

Conheça o

UNI
GRUPO



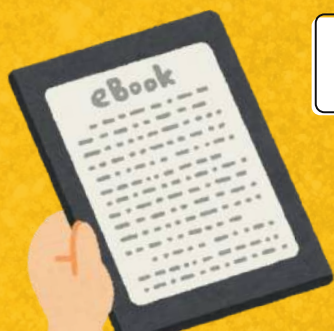
TV UNI

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.





NOTAS DOS EDITORES

Olá queridos leitores!

Março chega trazendo uma das noites mais aguardadas do ano para o cinema: o Oscar. E para nós, brasileiros, essa premiação sempre desperta um misto de orgulho e expectativa. Afinal, cada indicação, cada aparição no tapete vermelho e cada menção ao nosso cinema reforça o impacto da nossa arte no cenário global.

Nesta edição, mergulhamos na trajetória do Brasil no Oscar, relembrando filmes que conquistaram indicações e explorando os desafios de consolidar nossa presença na maior premiação do cinema. Também destacamos o impacto do filme *Ainda Estou Aqui*, que movimentou as redes sociais e aqueceu debates sobre representatividade. Além disso, falamos sobre Fernanda Torres, um ícone incontestável da nossa cultura, e analisamos como a moda e o luxo se tornam aliados poderosos na visibilidade dos artistas brasileiros no tapete vermelho.

O Oscar vai além da estatueta dourada – é um palco onde contamos histórias, projetamos nossa cultura e mostramos ao mundo a força do nosso audiovisual. E se o Brasil está cada vez mais presente nesse espaço, podemos sonhar com um futuro em que nossa arte receba ainda mais reconhecimento.

Tenha uma ótima leitura!

Ana Luiza – Editora Chefe
Mundo da Publicidade





[Acesse no Spotify](#)

FERNANDA TORRES: UM ÍCONE BRASILEIRO

POR EMILY TAISSA

Certamente você já ouviu falar da grandíssima e aclamada atriz Fernanda Torres, que recentemente venceu o Globo de Ouro na categoria de melhor atriz e foi indicada ao Oscar nessa mesma categoria. Mas vocês conhecem a história dela?

Pega seu cafezinho e vem comigo, vou te contar tudo!

Filha dos gigantes Fernanda Montenegro e Fernando Torres, Fernanda teve desde cedo contato com o mundo das artes. Mas sua carreira não foi apenas uma continuação do legado familiar. Ela construiu sua própria identidade como atriz, escolhendo papéis desafiadores e se destacando por sua entrega com maestria aos personagens.



Sua estreia foi aos 13 anos, em 1979, na peça “Um Tango Argentino”, de Maria Clara Machado. Mas oficialmente nas telas em 1981, na novela “Baila Comigo”, da TV Globo, quando interpretou Fauna. A partir daí, sua carreira deslançou rapidamente, com participações em diversas produções televisivas e cinematográficas que ajudaram a moldar seu estilo e consolidar seu nome como uma das atrizes mais promissoras da época.

Seus primeiros trabalhos no cinema já demonstravam seu talento para papéis bem intensos. Em “A Marvada Carne” (1985), ela brilhou em uma comédia caipira que se tornou um clássico nacional. Mas foi no ano seguinte, em “Eu Sei Que Vou Te Amar” (1986), dirigido por Arnaldo Jabor, que Fernanda viveu um dos momentos mais marcantes de sua carreira.



O filme, um drama romântico profundo e intimista, exigiu uma atuação intensa e emocionalmente complexa. O resultado? Fernanda ganhou o prêmio de Melhor Atriz no Festival de Cannes (DIVA), um dos reconhecimentos mais prestigiados do cinema mundial. Isso a colocou no radar internacional e gerou expectativas sobre uma possível indicação ao Oscar que, infelizmente, não aconteceu naquele ano.

Vamos combinar, ela nasceu para a comédia, e a gente não vê isso só nas telas de novelas ou cinemas, a mulher é engraçada em TODO LUGAR. Ganhou um destaque enorme na série “Os Normais” de 2001 a 2003. E na novela “Tapas e Beijos” de 2011 a 2015.

Em “Os Normais”, ao lado de Luiz Fernando Guimarães, ela deu vida à engraçadíssima Vani, uma mulher intensa e descomplicada que vivia um relacionamento cheio de loucuras com Rui. A série se tornou um dos maiores sucessos da comédia brasileira. Seu timing É PERFEITO, impecável, e sua química com Luiz garantiu cenas inesquecíveis, que até hoje são lembradas com carinho pelo público.

Mais tarde, em “Tapas & Beijos”, que eu estou assistindo pela primeira vez agora e estou obcecada, Fernanda voltou a brilhar na comédia ao lado de Andréa Beltrão. Interpretando Fátima, uma vendedora de loja de vestidos de noiva, ela conquistou o público com sua amizade cheia de cumplicidade com Sueli (Beltrão) e suas desventuras, bem desventuradas mesmo (rsrsrs) amorosas com Armane (Vladimir Brichta). A série foi um enorme sucesso e se manteve no ar por cinco temporadas, provando mais uma vez o carisma e a força de Fernanda como atriz.

Além do talento inquestionável, Nanda (para os íntimos) conquistou o público pelo seu carisma singular. Seja em suas entrevistas, em sua impecável atuação ou até mesmo na literatura, ela sempre demonstra uma inteligência afiada e um olhar perspicaz sobre o mundo ao seu redor. Sua escrita, aliás, é outro destaque: com crônicas e um humor ácido, ela se firmou também como uma excelente autora.

Seu legado vai além dos prêmios e das telas. Fernanda Torres é um ícone, né? E vem provando que o verdadeiro reconhecimento vem do impacto que um artista deixa na cultura e na vida das pessoas.

E o primeiro Oscar do Brasil veio com 'Ainda Estou Aqui' de Walter Salles, no qual Fernanda interpretou de forma impecável Eunice Paiva. Isso ficou para a história. E fico muito feliz de terminar esta matéria contando isso para vocês. SOMOS OSCAR WINNERS!!!

Beijão da Emi <3

LUXO NO OSCAR: O IMPACTO POSITIVO DAS MARCAS DE LUXO VESTINDO ARTISTAS BRASILEIROS

POR BEATRIZ BAPTISTA

Luxo da cabeça aos pés, vestindo artistas brasileiros! Com a ascensão da nossa estrela Fernanda Torres, grandes marcas de luxo aproveitaram a oportunidade para vestir a atriz no tapete vermelho. Fernanda desfilou com um vestido preto de alta costura verão 2025 da Chanel. O modelo, que levou aproximadamente 450 horas para ser confeccionado, contou com cerca de 2.000 elementos bordados. A escolha do vestido foi coordenada pelo stylist Antonio Frajado, em colaboração com Daniel Hernandez.

A atriz mostrou que ela é, sim, a maior quando surpreendeu até mesmo os diretores da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas dos Estados Unidos ao ser publicada no perfil oficial, alcançando 2,3 milhões de curtidas. E não foi só ela que chamou a atenção com seu look elegante. A atriz Bruna Marquezine, convidada a participar da premiação, atraiu muitos olhares ao desfilarm com um deslumbrante vestido branco da Versace!

O Oscar, além de ser uma das maiores premiações mundiais do audiovisual, é também uma excelente oportunidade para grandes marcas se destacarem ao vestir celebridades indicadas e convidadas. Quando as marcas escolhem celebridades brasileiras como representantes, elas não apenas buscam visibilidade internacional, mas também associam sua imagem à exclusividade e ao prestígio de um evento como esse. Ao vestir uma peça feita sob medida por uma marca de grife renomada, a celebridade ganha visibilidade no cenário mundial.



E você sabia que o marketing de influência é um dos principais aliados para esse reconhecimento? Isso fortalece ainda mais a imagem das marcas em grandes premiações. O Oscar é o acontecimento do ano, o evento mais comentado! Nós conseguimos ver isso desde pessoas reagindo aos looks das celebridades, até repostagens e debates nas redes sociais. Essas ações não só promovem a imagem do país, como também criam uma conexão emocional, baseada no orgulho nacional.

Depois de muito tempo, o Brasil conquistou um feito histórico ao ser indicado três vezes ao Oscar com o filme “Ainda Estou Aqui” e ganhar a categoria de Melhor Filme Internacional. Conquistar o primeiro Oscar com um filme que retrata o nosso passado e a nossa história é uma celebração da nossa identidade. É uma prova de que o cinema nacional tem força, relevância e uma visão única que ressoa em todo o mundo. Esse é só o começo de uma jornada de muito sucesso para o cinema brasileiro!



**FONTES: TOWN&COUNTRY, TERRA, G1,
MUNDO DO MARKETING, DOIS Z**

BRASIL NO JOGO: A JORNADA DOS FILMES BRASILEIROS INDICADOS AO OSCAR

POR JOANA GUMS

Após cinco anos fora da disputa do Oscar, a premiação mais honrada do cinema que acontece desde 1929, o Brasil retorna às telonas do cinema e às telinhas da TV para concorrer a três categorias com o filme “Ainda Estou Aqui”, lançado em novembro de 2024 e dirigido pelo premiado diretor Walter Salles. Estrelando a filha de grandes nomes da dramaturgia brasileira, Fernanda Torres e Selton Mello, que contracenam para contar uma forte história baseada em fatos ocorridos durante a ditadura brasileira.

O filme concorreu a três categorias no total, sendo elas: Melhor Filme Internacional; Melhor Filme; e Melhor Atriz, com Fernanda Torres na disputa. É a cerimônia, que aconteceu no dia 2 de março de 2025, atraiu cerca de 19,69 milhões de espectadores (GSHOW, 2025), e acelerou o coração de milhões de brasileiros que estavam no aguardo da tão esperada estatueta. No fim da noite, o Brasil saiu vencedor do prêmio de Melhor Filme Internacional, garantindo seu primeiro Oscar da história, que ficará marcado nos corações e na memória.

Mas esse anseio pelo prêmio mais cobiçado do cinema não é de hoje! Conheça e relembre momentos históricos em que o Brasil participou da disputa, mesmo sem ter garantido vitórias (até agora):

1 - A primeira indicação ocorreu em 1963, no filme de Anselmo Duarte, “O Pagador de Promessas”, que concorreu como Melhor Filme Internacional, e apesar de não ter ganhado, apresentou o cinema brasileiro a muitos nomes influentes e expandiu horizontes para fora do país.



2 - A década de 1990 trouxe três indicações em um período de 5 anos! Com os filmes “O Quatrilho” (1995), “O Que É Isso, Companheiro?” (1997) e o marcante “Central do Brasil” (1999), estes mencionados concorreram na categoria Melhor Filme Internacional, sendo o último deles famoso até hoje e reconhecido mundialmente, conduzindo também Fernanda Montenegro a concorrer à categoria de Melhor Atriz.

3 - Outras indicações importantíssimas para a história do país foram para o filme “Cidade de Deus” (2002), considerado por muitos um dos maiores clássicos do cinema nacional e influente até os dias atuais. Para a felicidade dos brasileiros, foi indicado para quatro categorias: Melhor Direção, Melhor Roteiro Adaptado, Melhor Montagem e Melhor Fotografia (muitos alegam até hoje que deveria estar concorrendo também para os melhores filmes!). E, apesar de ter saído sem nenhuma estatueta, é até hoje o filme com mais indicações na premiação.

4 - Pode-se citar também muitas coproduções brasileiras com outros países, como o filme “O Beijo da Mulher Aranha” (1985) e “Orfeu Negro” (1959), ambos levaram prêmios, mas não foram reconhecidos como brasileiros pela Academia.

Em resumo, foram muitos anos em busca de um tão sonhado Oscar, até que finalmente o filme “Ainda Estou Aqui” (2024) conquistou o prêmio de Melhor Filme Internacional, e apesar de a estrela Fernanda Torres ter pedido para o Brasil não entrar em clima de Copa do Mundo, é inevitável não celebrar essa vitória tão esperada! O cinema brasileiro tem muito merecimento de ser reconhecido e precisa mostrar a beleza e cultura que o país tem a oferecer, e a luta histórica para chegarmos até aqui.

FONTES: ESTADÃO, TV BRASIL, GSHOW, CNN BRASIL, GZH





[Acesse no Spotify](#)



“AINDA ESTOU AQUI”: O FILME BRASILEIRO QUE CONQUISTOU O MUNDO

POR ANAH POP

O cinema brasileiro tem um novo marco: *Ainda Estou Aqui*, dirigido por Walter Salles, não só emocionou plateias ao redor do mundo, como também quebrou barreiras ao se tornar o primeiro filme nacional indicado ao Oscar de Melhor Filme. Com atuações arrebatadoras de Fernanda Torres e Fernanda Montenegro, a obra narra a emocionante trajetória de Eunice Paiva, uma mulher que enfrentou o terror da ditadura militar em busca de respostas sobre o desaparecimento do marido, o ex-deputado Rubens Paiva.

Uma História de Dor e Resistência

Baseado na autobiografia de Marcelo Rubens Paiva, o filme alterna entre diferentes momentos da vida de Eunice. De um lado, vemos sua luta incansável durante os anos de repressão, tentando entender o que aconteceu com seu marido. Do outro, acompanhamos sua vida anos depois, lidando com as cicatrizes de um passado marcado pela violência do Estado.

O roteiro de Murilo Hauser e Heitor Lorega constrói uma narrativa intensa e delicada, permitindo que o espectador sinta cada emoção da protagonista. Já a direção de Walter Salles entrega um filme visualmente impactante, que equilibra a beleza cinematográfica com o peso de sua história real.

Um Elenco Brilhante

Se *Ainda Estou Aqui* se tornou um fenômeno, muito se deve ao talento de seu elenco. Fernanda Torres, que vive Eunice Paiva na fase adulta, entrega uma performance visceral, transmitindo a dor, a força e a resiliência de sua personagem com maestria. Já Fernanda Montenegro, interpretando Eunice em sua velhice, adiciona camadas de profundidade ao papel, mostrando as marcas emocionais deixadas pelo tempo.

Além delas, Selton Mello impressiona no papel de Rubens Paiva, trazendo carisma e humanidade ao personagem. Valentina Herszage, como Maria Paiva, representa a geração que cresceu sob o peso das consequências da ditadura.



Um Retrato Necessário da História do Brasil

Além de ser uma poderosa história pessoal, *Ainda Estou Aqui* é um importante registro histórico. O filme resgata o impacto da ditadura militar brasileira (1964-1985), abordando a censura, a tortura e o desaparecimento forçado de opositores do regime.

A história de Eunice Paiva simboliza a luta de muitas famílias que nunca receberam respostas sobre seus entes queridos. O filme, ao dar voz a essa dor, reforça a importância da memória e da justiça, temas que seguem extremamente atuais.

Globo de Ouro e Oscar: A Consagração de Fernanda Torres e do Brasil

O impacto de *Ainda Estou Aqui* não se restringiu às telas de cinema. Fernanda Torres fez história ao vencer o Globo de Ouro de Melhor Atriz em Filme de Drama, superando grandes nomes da indústria. Sua interpretação de Eunice Paiva foi amplamente elogiada pela crítica internacional, sendo descrita como “comovente, poderosa e inesquecível”.

Mas a consagração veio no Oscar 2025, onde *Ainda Estou Aqui*, tornou-se o primeiro filme brasileiro a ganhar a categoria de Melhor Filme Internacional. Em um discurso emocionado, Walter Salles dedicou o prêmio à memória de Eunice Paiva, e às Fernandas que a deram a vida. Foi um momento histórico para o cinema nacional, reforçando o talento e a força do Brasil na sétima arte.

Por Que Você Precisa Assistir?

Se você ainda não viu *Ainda Estou Aqui*, não perca tempo. O filme é uma experiência cinematográfica intensa, que emociona e faz refletir. Além de uma história envolvente, ele traz atuações impecáveis e uma mensagem essencial sobre o passado e o presente do Brasil.

Com prêmios, reconhecimento internacional e uma recepção entusiasmada do público, *Ainda Estou Aqui* prova que o cinema brasileiro tem voz e pode, sim, conquistar o mundo.



O EFEITO DO FILME “AINDA ESTOU AQUI” NAS REDES SOCIAIS

POR MARIA EDUARDA BAUMGARTNER

É tempo de comemorar! Nos últimos meses, temos acompanhado uma torcida digna de um estádio de futebol, vibrando pelo tão esperado prêmio. Um reconhecimento mundial trazendo um significado especial para o nosso Brasil.

O diretor Walter Salles, a atriz Fernanda Torres e o ator Selton Mello brilharam nas transmissões, levando esse sentimento de vitória para cada casa brasileira. Mas, além da emoção da indicação, um fenômeno se destacou: a repercussão massiva nas redes sociais.

A indicação ao Oscar juntou a força do cinema nacional com as redes sociais. Marcas, influenciadores e o próprio perfil da Academia se envolveram, impulsionando debates, campanhas e homenagens ao filme.

Com mais de 80 anos de história, a premiação do Oscar passou por diversas transformações, e uma das mais observadas neste ano de 2025 foi a maneira como seus conteúdos foram divulgados. A convergência midiática ampliou o alcance da premiação, tornando a extensão do evento muito além da cerimônia principal.

A narrativa sensível e universal do filme ‘Ainda Estou Aqui’ emocionou o público e passou a construir um case de sucesso de como as redes sociais moldaram as discussões em torno do evento. Um exemplo claro disso foi o próprio perfil da Academia, que levou os brasileiros à loucura quando publicaram a foto de Fernanda Torres. O engajamento de curtidas e comentários disparou. No Instagram e no antigo Twitter, agora chamado de X, a indicação de ‘Ainda Estou Aqui’ gerou uma onda de publicações, memes e campanhas espontâneas de fãs e marcas.





Selton Mello também contribuiu para essa conexão digital ao compartilhar registros espontâneos ao lado de Fernanda Torres no seu feed. Sem grandes edições, seus vídeos e fotos transmitiam a autenticidade do momento, como se ele estivesse vivendo e dividindo aquela emoção em tempo real. Com o celular em mãos e lágrimas nos olhos, ele capturou a essência do que as redes sociais fazem de melhor: aproximar pessoas por meio de histórias, tornando cada espectador parte daquela conquista.

Esse tipo de envolvimento não é novidade quando falamos de Oscar. Na final para a premiação, o uso de hashtags relacionadas ao evento cresceu até 45%, evidenciando o impacto das discussões on-line no interesse do público, segundo dados do STATISTA.

A plataforma Variety apontou o filme como um dos mais comentados nas redes sociais em 2025, reforçando como a conexão emocional entre público e narrativa influencia o sucesso digital de uma produção. No TikTok, a hashtag do longa ultrapassou 500 milhões de visualizações, com usuários recriando cenas marcantes e debatendo as temáticas da história.

Gente como a gente! O público de espectadores está em busca de uma participação maior, de se sentir parte desse momento emocionante. E as marcas, sempre atentas ao comportamento dos consumidores, souberam aproveitar esse sentimento também. Diversas empresas utilizaram o ambiente digital para conectar seus produtos ao filme ou até mesmo à influência da atriz principal, sendo elas: Itaú, Magalu, Ponto Frio, McDonald's, Havaianas, Chevrolet e Rexona.

Uma das campanhas mais criativas que chamou minha atenção foi a da Heinz, que lançou 'Ainda Estou Aqui', trazendo registros dos clássicos sachês guardados na portinha da geladeira — algo que já aconteceu na minha casa, na casa da minha avó e, aposto, na sua também. Esse é o verdadeiro efeito do filme: como a marca soube se conectar à sua essência explorando um hábito tão comum e nostálgico.

No fim, a premiação do 'Ainda Estou Aqui' prova que a internet tem o poder de transformar produções nacionais em fenômenos globais. À medida que o Oscar se adapta à era digital, sua relação com as redes sociais se torna cada vez mais simbiótica e amplia o alcance da arte, seja no cinema, na publicidade ou na cultura na totalidade. A internet é um campo imenso, e o Oscar de 2025 reforça que, quando a história certa encontra o público certo, não há limites para o impacto que ela pode ter. O Brasil será lembrado pela energia e capacidade de engajamento, afinal, já somos ganhadores!

FONTES: PORTAL BELIEVE: OPET.

BRASIL NO OSCAR: OS DESAFIOS DE CONSTRUIR SUA IMAGEM NO MUNDO

POR MARIA RITA REIS MARCOS

É fato que o Brasil vem conquistando cada vez mais reconhecimento no cenário global. Porém, ainda quando pensamos no Brasil, é comum que o imaginário coletivo nos leve diretamente para futebol, samba, praias e caipirinha, claro. De forma alguma devemos excluir esses elementos da nossa cultura, mas essa visão estereotipada, mesmo que popular, está bem distante de retratar a identidade cultural do nosso país, que é rica e complexa. A construção da imagem do Brasil, no exterior, enfrenta diversas dificuldades, desde falta de estratégias de comunicação até o desprezo da própria cultura.

Apesar do reconhecimento mundial pela alegria, o Brasil falha em não capitalizar o potencial da sua cultura como um diferencial competitivo. Nosso país, destacando aqui o cinema, a música, a gastronomia e a moda, possui uma das indústrias criativas mais ricas do mundo, entretanto, a desvalorização que ocorre internamente dessas produções acaba refletindo na forma como o Brasil é visto pelo resto do mundo. O Brasil se enxerga por meio de uma lente autossabotadora e isso é perceptível quando, por diversas vezes, o cinema nacional e a música brasileira são taxados de “panfletário” por diferentes governos.

Para que a cultura brasileira seja espalhada pelo globo, ela precisa ser mais acessível, tanto dentro quanto fora do país, cultura é necessidade. Em um mundo cada vez mais globalizado, é preciso olhar para movimentos que estão em ascensão, como o funk e rap, e que, apesar das barreiras impostas, conquistam uma audiência global, e perceber que essa arte que vem das grandes cidades, da periferia e dos costumes das diferentes regiões, pode se tornar a cara do Brasil no cenário mundial. É preciso saber posicionar a arte e os produtos culturais brasileiros.

De uma vez por todas, o país deve deixar a autodesvalorização para trás e abraçar a diversidade cultural, para que ela possa ser usada para fortalecer nossa presença global. O Oscar é apenas um troféu, mas pode ser o símbolo de uma virada na forma como somos vistos no mundo.



FONTES:
EXAME;
FDC;
NUSO.

O OSCAR COMO FERRAMENTA DE PUBLICIDADE PARA A CULTURA BRASILEIRA

POR ISABELLA BETINELLI ZIEGLER

Quando um filme brasileiro entra na disputa do Oscar, não é só o troféu que está concorrendo, afinal, o impacto vai muito além do tapete vermelho e das polêmicas de premiação. Estar ali significa uma vitrine global gigantesca, que mostra a nossa cultura na visão de quem talvez nunca tenha ouvido falar do nosso país ou em nossas produções cinematográficas, gerando, assim, o aumento do interesse global pelo país e seus atributos culturais.

Um exemplo recente desse impacto é o filme 'Ainda Estou Aqui', de Fernanda Torres, indicado ao Oscar em 2025. O filme, muito comentado nas redes sociais, gerou grande engajamento. A visibilidade conquistada pelo filme não só elevou a carreira de seus envolvidos, mas também destacou a riqueza da narrativa brasileira. A participação brasileira gerou grande entusiasmo tanto no público quanto entre os anunciantes. A Warner Bros. Discovery, detentora dos direitos exclusivos da premiação no Brasil, alcançou um número recorde de patrocinadores para as transmissões no canal TNT e na plataforma Max. Ao todo, 15 marcas patrocinaram o evento, incluindo Apple, Nubank, Natura, Rolex, Airbnb e Shopee.





A repercussão nas redes sociais também ajudou a tornar o filme ainda mais popular, ampliando sua audiência e conectando o Brasil ao debate cultural global, gerando um alto volume de engajamento nas redes sociais, conforme dados revelados pela emissora ABC. O total de 104,2 milhões de interações superou eventos como o Grammy e o Super Bowl. Além disso, a audiência de 2025 continua a tendência de crescimento observada nos últimos anos.

O Oscar é uma oportunidade valiosa para marcas brasileiras se associarem a esse prestígio. As campanhas publicitárias de empresas que buscam destacar suas identidades de forma criativa e autêntica podem aproveitar esse momento de visibilidade para estabelecer uma conexão emocional com o público. Ao associar sua imagem a um evento tão significativo, as marcas têm a chance de reforçar sua presença no mercado global e estreitar laços com consumidores de diversas culturas.

A visibilidade gerada por um prêmio ou indicação ajuda a posicionar o Brasil como um país inovador, criativo e culturalmente rico que somos, com um potencial ainda maior quando aliada a campanhas publicitárias inteligentes e bem posicionadas, que acabam se conectando com um público global, associando suas campanhas a um evento de prestígio e aproveitando o crescimento da audiência e do engajamento gerados pela premiação.

Será que em 2026 teremos novas indicações brasileiras ao Oscar? Se depender da garra e da paixão dos brasileiros pela sua cultura, a resposta é sim!



**FONTES
TERRA:
CBN:
MEIO E MENSAGEM.**

FERNANDA TORRES, WALTER SALLES E A NOITE EM QUE O OSCAR SE TORNOU NOSSO MAIOR CARNAVAL

POR BRUNO TORRESANI

No dia 2 de março, o Brasil fez história no OSCAR, 'Ainda Estou Aqui' se tornou o primeiro filme brasileiro a ganhar o troféu mais icônico e cobiçado de Hollywood. Ver um filme tão grandioso como 'Ainda Estou Aqui' conquistar essa honra mundial foi um misto de emoções. E tudo isso melhora quando a noite das entregas das estatuetas se une à maior celebração da cultura brasileira, o nosso tão querido Carnaval.

Desde 2015, eu acompanho premiações; e todos os anos, nos tempos de OSCAR, eu começo a torcer para que o filme escolhido pelo Brasil para nos representar nesta noite tão grandiosa do cinema seja escolhido; porém, não basta um filme ser somente incrível para entrar nessa grande disputa; é preciso fazer campanha, para que seu filme seja levado e visto em festivais, além de que quanto mais cedo conseguir uma distribuidora para distribuir o seu filme internacionalmente, as suas chances aumentam gradativamente.

Foram 6 meses de grande preparação para que o filme dirigido por Walter Salles chegasse à maior festa do cinema, passando por diversos circuitos internacionais e sendo aplaudido de pé por 10 minutos no Festival de Veneza. Quando se está nessa disputa, é preciso correr a maratona duas vezes, pois o filme é falado totalmente em português, o que pode afastar alguns votantes devido às legendas.

Em 2020, o OSCAR de Melhor Filme foi para Parasita, filme dirigido pelo diretor sul-coreano Bong Joon-Ho; o filme que foi totalmente ovacionado naquela noite; teve também no Globo de Ouro um dos discursos mais memoráveis daquele ano; tendo uma de suas frases sendo lembradas até hoje e que ecoaram no filme brasileiro 'Ainda Estou Aqui'. Bong Joon-Ho disse "Quando as pessoas superarem a barreira das legendas; elas serão introduzidas a filmes incríveis". E é exatamente isso que acontece com o nosso surpreendente e devastador filme brasileiro, que, ao falar de uma época tão sombria para o nosso país, conseguiu quebrar a barreira das legendas, levando pessoas do mundo todo ao cinema.

O engajamento que o filme 'Ainda Estou Aqui' conseguiu foi gigantesco para o OSCAR, pois, após anos, a premiação conseguiu ganhar mais visibilidade que o maior evento esportivo americano: o Super Bowl, e o maior evento da música: o Grammy.



E como falar desse filme sem falar das escolhas certas que o nosso diretor brasileiro Walter Salles trouxe para o elenco. Além dos atores e atrizes que formaram os integrantes da família Paiva, e do talentoso Selton Mello, que deu vida a Rubens Paiva; ele talvez não contasse com o grande fenômeno chamado Fernanda Torres, filha da nossa dama da TV brasileira Fernanda Montenegro, e que em 'Ainda Estou Aqui' interpretou Eunice Paiva, essa mulher poderosa que não se curvou e decidiu resistir.

Em 1998, Walter Salles dirigiu Central do Brasil e foi indicado ao OSCAR; naquele ano, Fernanda Montenegro concorria na categoria de Melhor Atriz. É como se um grande ciclo tivesse seu encerramento em 2025, com a vitória histórica de 'Ainda Estou Aqui' na categoria de Melhor Filme Internacional.

Ter esse grande reconhecimento internacional, mesmo que o prêmio de Melhor Atriz e Melhor Filme não tenha vindo para o Brasil, com toda a certeza abrirá portas para que outros filmes do cinema brasileiro conquistem os festivais. Inclusive, já temos dois filmes que podem se tornar fortes candidatos na temporada de premiações de 2026: O Último Azul, dirigido por Gabriel Mascaro; e O Agente Secreto, dirigido por Kleber Mendonça.

Com a vitória histórica de 'Ainda Estou Aqui', o Brasil comemorou da maneira mais brasileira possível, com muita música e fantasias da própria Fernanda Torres, nos bloquinhos de carnaval de todo o país. Em Curitiba, o OSCAR foi transmitido na fachada de um cinema histórico da região; as horas passaram, e a cada categoria que era anunciada, a ansiedade tomava conta de todos os brasileiros; e depois de vários troféus sendo entregues ao longo da noite, Penélope Cruz, atriz vencedora do OSCAR, chegou ao palco para anunciar com muita honra o prêmio de Melhor Filme Internacional; e quando a famosa frase foi dita AND THE OSCAR GOES TO I'M STILL HERE; o Brasil explodiu em festa, juntando a cultura do carnaval com a cultura do nosso cinema brasileiro. Que agora, além de ser o país do carnaval e futebol, é o país do cinema.

A nossa digníssima atriz Fernanda Torres levou nosso país e nossas histórias para o olhar mundial, sendo a pessoa mais carismática e elegante que deixou atores e atrizes encantados com a sua forma de atuar e o seu jeito de ser.

Acredito que neste momento, vários diretores queiram trazer Fernanda Torres para seus projetos. O diretor de Conclave, filme que concorreu em 8 categorias no OSCAR, inclusive a de Melhor Filme, já disse em entrevista que quer trabalhar com Fernanda em futuros projetos.

Seja em filmes nacionais ou participações em filmes internacionais, o Brasil está em foco. Nossas histórias irão cada vez ganhar mais espaço no cinema mundial após o fenômeno de 'Ainda Estou Aqui' e da nossa icônica Fernanda Torres.

É claro que eu também não fiquei de fora dessa festa, após acompanhar por 10 anos a maior festa do cinema; foi a vez de torcer para o Brasil. A minha noite do OSCAR teve muita comemoração, com trajes que remetem ao glamour da premiação, muitos salgadinhos com memes da nossa querida Fernanda e, é claro, aquele brinde especial com um espumante assim que o nosso filme brasileiro saiu como um grande vencedor da noite.

Além disso, sempre será muito gratificante poder dizer que finalmente o OSCAR é nosso. Para todas as pessoas que trabalharam nesse filme, eu desejo os mais sinceros parabéns, e muito obrigado, Fernanda Torres, por representar a mim e a todos os brasileiros nessa noite tão memorável. Independentemente se você estava em bloquinho, na Sapucaí ou até mesmo em casa com amigos e família, acredito que o sentimento foi o mesmo: o orgulho e felicidade de ver o Brasil ganhar o mundo na maior, melhor e mais grandiosa premiação do cinema, o icônico OSCAR.

FONTES
JOVEM NERD;
OMELETE;
CNN BRASIL.

O BRASIL E O OSCAR: O COMEÇO DE UMA NOVA ERA NO CINEMA NACIONAL?

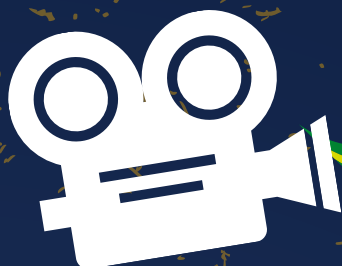
POR ANA LUCIA

O tão esperado Oscar está chegando, e as expectativas dos brasileiros estão tão altas quanto nossas indicações. Batendo um marco histórico, o Brasil conquistou três nomeações em categorias de grande prestígio:

1. Melhor Filme: Ainda Estou Aqui, de Walter Salles.
2. Melhor Filme Internacional: Além da indicação principal, o longa também concorre na categoria de filme internacional.
3. Melhor Atriz: Fernanda Torres recebeu uma nomeação por sua atuação em "Ainda Estou Aqui".

O filme, protagonizado por Fernanda Torres e Selton Mello, carrega um forte significado histórico e social, abordando temas sensíveis da ditadura militar. Com uma narrativa envolvente e uma abordagem cinematográfica de alta qualidade, a obra reafirma o talento brasileiro e a capacidade do país de emocionar o público com histórias que misturam realidade e ficção. Mas, independentemente do resultado da premiação, estas indicações marcam um novo momento para o cinema brasileiro. Afinal, será que estamos presenciando o início de uma nova era para nossa indústria cinematográfica?

A presença do Brasil em categorias de destaque reforça o potencial do nosso cinema no cenário mundial. Isso pode abrir portas para mais oportunidades, como o interesse de distribuidores internacionais, incentivo a coproduções, mais visibilidade para novos talentos e até um aumento nos investimentos na indústria. E depois do Oscar? Com ou sem a estatueta dourada, o Brasil já fez história. O Oscar 2025 pode ser aquele momento que, lá na frente, a gente vai lembrar como o ponto de virada do nosso cinema, quando deixamos de ser apenas uma promessa e começamos a mostrar o talento.



FONTES
GSHOW
EM

CARTA ao leitor

Se existe algo que sempre me tocou profundamente, foi observar o brilho nos olhos de cada aluno que tornou o Mundo da Publicidade realidade. Em cada edição, vocês converteram conceitos em palavras, pesquisa em narrativa, paixão em um trabalho que merece ser aplaudido. E esta edição, motivada pelo Oscar e pelo talento do Brasil, não foi exceção: foi um autêntico trabalho de arte!

Desde o início, todos vocês mostraram um comprometimento notável na elaboração desta edição. Os encontros, as discussões, as pesquisas intermináveis e as revisões meticulosas foram componentes cruciais de um processo que requisitou esforço e dedicação. Foi estimulante observar como cada redator se aprofundou no universo do cinema, da publicidade e da cultura do Brasil para produzir conteúdos que se relacionassem com o tema central do mês.

Nesta edição, comemoramos a influência da nossa cultura no cinema e na publicidade. Emi proporcionou um mergulho na trajetória de Fernanda Torres, uma figura que atravessou gerações e deixou sua marca na dramaturgia e no cinema brasileiro. Beatriz analisou a função das marcas de luxo no Oscar e como essas renomadas grifes contribuíram para aumentar a visibilidade do Brasil no tapete vermelho, proporcionando ainda mais destaque aos nossos artistas. Joana nos conduziu por uma viagem pelos filmes brasileiros que alcançaram o maior prêmio do cinema, ilustrando a trajetória que as produções nacionais percorreram até conquistar a tão almejada estatueta.

Ademais, Maria Rita estudou os obstáculos que o Brasil teve que superar para estabelecer sua reputação no cenário global e como a nossa identidade no cinema foi se formando ao longo dos anos. Anah Pop apresentou uma perspectiva sensível sobre 'Ainda Estou Aqui', uma produção cinematográfica que tocou corações. Madu estudou como esse filme repercutiu nas redes sociais, provocando debates e sentimentos fortes no público. Isabella abordou o Oscar como uma poderosa ferramenta de publicidade para a cultura do Brasil, destacando que a premiação vai além do cinema, englobando também a criação de marca e narrativa. Por outro lado, Bruno recriou um episódio histórico, descrevendo a noite em que Fernanda Torres, Walter Salles e toda uma nação se emocionaram, fazendo do Oscar o nosso maior Carnaval.

Cada um desses textos refletiu um olhar publicitário afiado sobre um dos maiores eventos culturais do mundo. E mais do que isso, revelou o comprometimento e o talento de cada um de vocês. O esforço de cada estudante não só enriqueceu esta edição, mas também fortaleceu a publicidade brasileira, lembrando-nos de que a nossa criatividade e a capacidade de análise não têm fronteiras.

É claro que não posso deixar de expressar minha gratidão especial à Ana Luiza, nossa editora-chefe, que teve um papel crucial na elaboração desta edição. Se o Oscar valoriza o trabalho impecável de diretores e produtores nos bastidores, nós também temos a nossa grande vencedora. Ana agiu como a brilhante mente que assegura que cada cena esteja no lugar adequado, que cada pormenor brilhe e que o show ocorra com exatidão. O seu olhar cuidadoso, o seu empenho constante e a sua liderança foram cruciais para fazer desta edição uma autêntica obra-prima. Da mesma forma que um grande filme requer uma direção exata para emocionar e causar impacto, a Revista Mundo da Publicidade recorreu ao talento e à dedicação da Ana para atingir o patamar que atingiu.

Ademais, o crescimento no número de acessos da Revista Mundo da Publicidade não teria ocorrido sem o empenho de cada um de vocês. Foram semanas de dedicação intensa, noites de revisão e correções, momentos de partilha que enriqueceram ainda mais essa vivência. Agora, ao contemplar essa edição concluída, só consigo sentir orgulho e gratidão.

Parabéns a todos! Vocês construíram uma edição que merece aplausos de pé.

**Um forte abraço,
Thiago.**





UNIFEBE

PUBLICIDADE
E PROPAGANDA

