

JANEIRO DE 2024

# THE PUBLIC

N.º 5



ENTREVISTA

# HUMBERTO POLAR

## TECNOLOGIA

INOVAÇÃO AO  
SERVIÇO DA  
DIVERSIDADE  
FUNCIONAL

## TENDÊNCIAS

EXPECTATIVAS DE  
EMPREGO PARA  
2024

## AMBIENTE

MUDANÇAS  
CLIMÁTICAS:  
UMA REALIDADE  
PALPÁVEL

## EDIÇÃO ANTERIOR



[Entrevista com o co-CEO Mario Miranda e muito mais!](#)

**Diretor**  
Nayla Lopez

**Editora**  
Stephanie Rodrigues

**Redactores**  
Kory Nacif  
Pilar Astupina  
Esperança Aguilera

**Direção de arte**  
Andreia Garcia

**Desenvolvimento e Tecnologia**  
Pierre Santos

# ÍNDICE

## NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



### 6 MIAMI: NOVAS OPORTUNIDADES PARA INVESTIR NO SETOR IMOBILIÁRIO

A oferta imobiliária no distrito financeiro de Brickell, Flórida, apresenta-se como um destino ideal para investimento.

## CLUB DE EMPRESAS

### 12 3 HABILIDADES ESSENCIAIS PARA SE DESTACAR NO MUNDO DO TRABALHO

Este novo ano será marcado pela busca persistente pelo desenvolvimento profissional dos colaboradores.



## VIVIR TEC



### TECNOLOGIA A SERVIÇO DA DIVERSIDADE FUNCIONAL

A tecnologia torna-se uma aliada fundamental para quebrar barreiras e promover a inclusão na vida das pessoas com deficiência.

## NUCLEO RURAL



### HIDROPONIA: UMA ALTERNATIVA PARA A SEGURANÇA ALIMENTAR

A hidroponia surge como uma solução sustentável para o crescimento populacional e os impactos das mudanças climáticas.

## ESPECIAIS

### 24 ADEUS AOS TÍTULOS: A MUDANÇA NAS CONTRATAÇÕES EM 2024

Inteligência artificial, inclusão geracional e sustentabilidade serão as tendências laborais em 2024.



## ENTREVISTA EXCLUSIVA

**28 HUMBERTO POLAR:**  
Um dos 25 melhores criativos do mundo. Humberto Polar nos conduz por sua carreira de sucesso, sua campanha do momento e revela as tendências criativas para 2024.



## LOBEMARK



### 32 **DESIGN THINKING E SEU SUCESSO EM MARKETING MODERNO**

Esse processo impulsiona a criatividade e cria experiências únicas, baseadas no conhecimento abrangente do consumidor.

## SENHOR NOTÍCIAS

### 36 **A EDUCAÇÃO MULTICULTURAL CONSTRÓI SOCIEDADES EMPÁTICAS**

Integrar a diversidade na educação é essencial, pois é a base para a construção da formação humana.



## PLANETA EN VERDE



### 40 **CORRIDA CONTRA O TEMPO: AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS SÃO CADA VEZ MAIS PALPÁVEIS**

O aquecimento global já não é uma ameaça abstrata; É uma realidade que exige uma resposta urgente e um compromisso global.

## MEGAMETROPOLIS



### 44 **DE PARIS AO MÉXICO: UMA JANELA ÚNICA PARA O ESPLendor DE NOTRE DAME**

A exposição do Museu Franz Mayer recria a icônica Catedral de Notre Dame através de realidade aumentada.

## COMPODERES



### 50 **OBRAS QUE CAPTAM A ESSÊNCIA DA IMAGINAÇÃO E DA REALIDADE**

Dos traços vibrantes aos detalhes meticulosos, descubra o universo de César Alvarez, onde a criatividade se confunde com a maestria pictórica.

## CONSTYLING

### 56 **CASAMENTOS QUE DEIXAM MARCA POSITIVA**

De vestidos sustentáveis a decorações reutilizáveis, os casamentos ecológicos estão mudando a maneira como dizemos "sim".



# EDITORIAL



Com o amanhecer de um novo ano, uma tela em branco cheia de promessas e oportunidades se abre diante de nós. 2023 deixa um ambiente de trabalho com acentuada evolução na dinâmica tecnológica e econômica, por isso é necessário rever as expectativas de trabalho que serão tendência nos próximos meses.

Nesta ocasião, temos na capa a companhia de Humberto Polar, um dos mais importantes publicitários da região e vencedor de vários Cannes Lions. A partir da sua posição de sócio e diretor criativo da agência The Juju, partilha conosco os principais desafios a enfrentar em 2024 na área publicitária.

No campo da inovação, apresentamos a Fundação Romper Barreras, que trabalha para incentivar e promover o uso da tecnologia para pessoas com deficiência. Enquanto as alterações climáticas nos levam a refletir sobre as consequências cada vez mais palpáveis do aquecimento global.

Ao cruzarmos a porta para este novo tempo, levamos conosco a sabedoria adquirida na jornada anterior e acolhemos novos desafios com alegria e determinação.

Bem vindo 2024!

*Estefani R.*

**MKT**  
**DIGITAL**

**CAMPANHAS**  
**SEO E SEM**

Resultados verificáveis

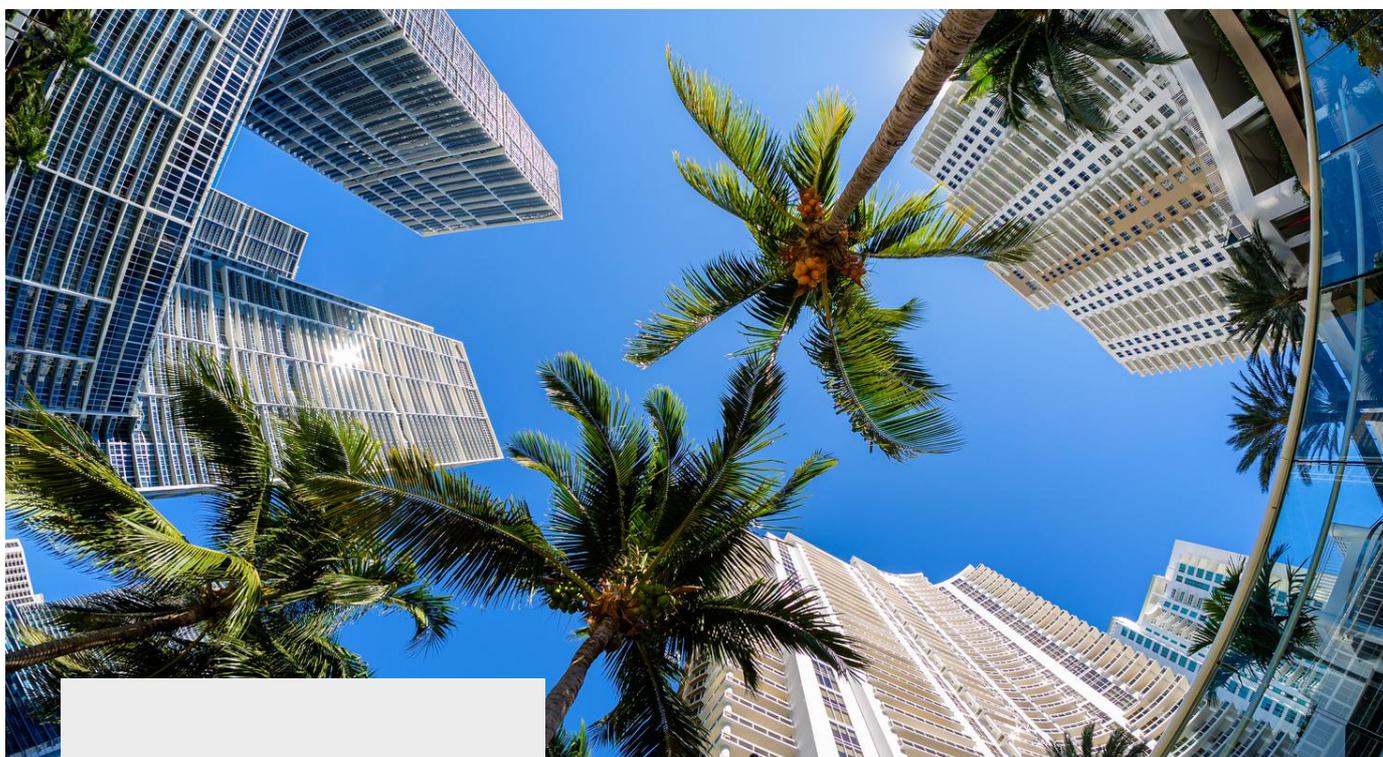
+52 1 56 2774 1902

[www.grupothepublic.com](http://www.grupothepublic.com)



# MIAMI: NOVAS OPORTUNIDADES PARA INVESTIR NO SETOR IMOBILIÁRIO

*Escrito por: Estefani Rodriguez*



A oferta imobiliária no distrito financeiro de Brickell, Flórida, apresenta-se como um destino ideal para investimento.

**O**

s fundos de investimento no setor imobiliário são uma forma eficiente de participar do mercado imobiliário. Esses veículos proporcionam

benefícios de diversificação, liquidez e acesso a oportunidades de investimento geridas por profissionais, uma opção atrativa para quem procura aproveitar o potencial de crescimento e estabilidade do setor habitacional.

A Core Capital SAF, gestora de fundos peruana do setor imobiliário, que acaba de comemorar a liquidação bem-sucedida de três de seus fundos de investimento (Praedium, Performance e Fondo Edifica Core), deu um salto em direção aos Estados Unidos, onde a migração para O mercado imobiliário de Miami se revela uma tendência atrativa para os investidores peruanos.

O lançamento do Edifica Global Fund (FEG) permite investimentos a partir de 10 mil dólares, oferecendo uma rentabilidade estimada entre 11 e 15%.

**“Lançamos o projeto em maio do ano passado e até o momento contamos com mais de 207 investidores no fundo, um ativo administrado de perto de 30 milhões de dólares”**

Mauricio Grieve, gestor de fundos da Core Capital SAF



Atualmente, cidadãos residentes em diferentes estados dos EUA estão se mudando para Miami, seja por benefícios fiscais, oportunidades de emprego, clima, trabalho remoto, entre outros motivos.

**“Em Miami encontramos um nicho no qual estamos nos especializando e fazendo os correspondentes ajustes nos projetos, para ter o menor preço de toda Brickell. Esta é uma grande vantagem porque não há muitos imóveis e os que têm têm preços muito elevados”**

Luis Marcelo Indacochea, vice-gerente geral da  
Core Capital SAF



Ressalta-se que esses imóveis são apartamentos que contam com serviços de hotelaria clássica para atender a demanda de quem viaja a Miami a negócios ou turismo.

**“A ideia é que as pessoas fiquem de uma semana a três meses. Os edifícios dispõem de valet parking, hall de entrada com animação, loja de conveniência, espaços de coworking, ginásio, zonas verdes, entre outros”,** refere Indacochea.





Luis Marcelo Indacochea, vice-gerente geral da Core Capital SAF

Assim, o proprietário que adquirir o apartamento poderá utilizá-lo quando estiver na cidade, seja de férias ou a trabalho; e caso contrário, quando não estiver, o imóvel ficará alugado temporariamente e, com isso, gerará renda.

**“Até 2024, estimamos que as taxas de juros deverão começar a cair. Na Core Capital acreditamos que no próximo ano haverá um pequeno surto, apesar de 2023 ter sido um bom ano para o setor imobiliário depois de uma grande pausa.”**

## Capital principal em números:

- Os Fundos Core Performance, Praedium e Edifica, iniciados entre 2017 e 2019, geraram retornos anuais de até 12% em dólares para seus investidores.
- Com esses recursos, a empresa conseguiu proporcionar aos seus mais de 200 clientes taxas de rentabilidade de 7,2%, 8,9% e 12% em dólares, respectivamente.
- Através do Edifica Global Fund, continuarão a incentivar mais peruanos a investir no mercado imobiliário de Miami a partir de US\$ 10.000.



# NEGÓCIOS LUCRATIVOS

IMPLEMENTAR EM 2024



*Preparado por: Pilar Astupiña*

1  
2  
3  
4  
5  
6

## Comida

Alimentos saudáveis e não processados, com foco em delivery ou dark kitchens.



## Animais de estimação

Da alimentação ao cuidado e treinamento.



## Roupas

Venda através de lojas virtuais e presença nas redes sociais.



## Educação on-line

Com baixos custos iniciais e sem necessidade de infraestrutura física.



## Ecologicamente correto

Empreendedorismo de produtos e serviços ecológicos comprometidos com o meio ambiente.



## Artigos esportivos

Dicas de treinamento personalizadas junto com a venda de equipamentos esportivos.



# 3 HABILIDADES ESSENCIAIS PARA SE DESTACAR NO MUNDO DO TRABALHO

Este novo ano será marcado pela busca persistente pelo desenvolvimento profissional dos colaboradores.

*Escrito por: Esperanza Aguilera*



## 2

**2024** emerge como um período de transformação significativa no local de trabalho, caracterizado por

mudanças substanciais tanto para as empresas como para os trabalhadores. No segundo caso, a tendência indica um horizonte de trabalho onde a adaptabilidade e o crescimento pessoal serão elementos-chave para enfrentar os desafios que surgirão neste novo panorama.

De acordo com o mecanismo de busca de empregos online, a taxa de rotatividade de empregos permanecerá em 2,3%. Diante dessa estimativa, mostramos a seguir os principais aspectos que os colaboradores devem considerar para enfrentar as mudanças na busca por novos empregos.

## 1. Marca pessoal

Construir uma marca pessoal tornou-se um elemento crucial no processo de contratação.

**“Os recrutadores querem que as pessoas que vão contratar tenham uma marca pessoal para proteger a pessoa contratada”**

Adolfo Corona, mestre em gestão financeira e pesquisador da Universidade Nacional Autônoma do México

Na era da tecnologia, plataformas como o LinkedIn são uma parte essencial para uma contratação bem-sucedida. Segundo dados da mesma rede social, 87% dos recrutadores verificam regularmente as informações nas redes antes de contratar uma pessoa.

## 2. Inteligência artificial

O aumento da automação no local de trabalho torna cada vez mais valiosa a capacidade de realizar tarefas que a inteligência artificial (IA) não consegue realizar. Segundo Corona, “a tendência é poder fazer algo que a IA não faz, demonstrar que você sabe usá-la como ferramenta, mas que pode ir além”.



Adolfo Corona, mestre em gestão financeira e pesquisador da Universidade Nacional Autônoma do México

**“O pensamento flexível e a capacidade cognitiva surgem como competências altamente exigidas. “A habilidade de interpretar informações digitais, tomar decisões e adaptar-se a ambientes em mudança torna-se um ativo essencial diante da inteligência artificial.”**

Ivonne Vargas, especialista em treinamento e autora do best-seller Hire Me



## 3. Capacidade de aprendizagem

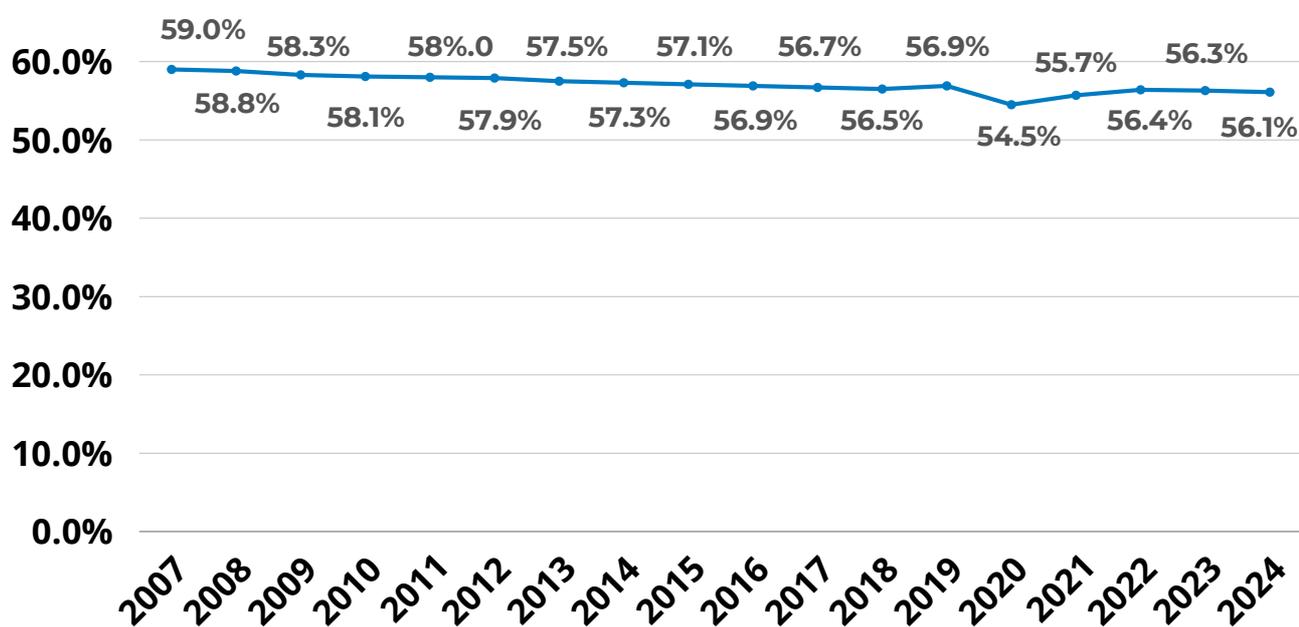
A capacidade de “aprender a aprender”, conhecida como capacidade de aprendizagem, consolida-se como competência essencial, segundo Vargas. Essa habilidade, tipificada por alguns quadros de empregos, reflete a disposição de se preparar e aprender constantemente sobre novas tecnologias e conhecimentos.

**“Um ponto importante do desenvolvimento profissional está diretamente ligado à formação e treinamento de competências técnicas e soft skills. A disponibilidade de conhecimento não é determinada pela empresa, mas agora é imprescindível que os colaboradores optem pela sua própria formação”**, concorda Corona.

Este ano será marcado por uma transição profissional marcada pela busca persistente de desenvolvimento profissional. É claro que a chave do sucesso reside na autodeterminação e na capacidade de adaptação a um ambiente em constante evolução através da tecnologia.

## TAXA GLOBAL DE EMPREGO DE 2007 A 2024

Pessoas em idade produtiva que participaram de algum tipo de atividade de produção de bens ou serviços com o objetivo de adquirir salário ou algum tipo de benefício financeiro.



A estatística mostra a taxa global de emprego de 2007 a 2021, bem como uma série de previsões até 2024. A taxa global de emprego apresentou uma tendência decrescente ao longo do período observado, caindo abaixo de 57% a partir de 2016. As previsões apontam para uma evolução progressiva e continuação da descida deste rácio no curto prazo, mantendo-se sempre em torno dos 57%.

Fonte: Statista

EM  
PREENDER

 Club de Empresas

**COMEÇAR É  
SIMPLES**

[CLUBDEEMPRESAS.COM](http://CLUBDEEMPRESAS.COM)

# TECNOLOGIA A SERVIÇO DA DIVERSIDADE FUNCIONAL

Escrito por: Esperanza Aguilera



**A** digitalização na nossa sociedade mostrou que a lacuna de inclusão persiste como um desafio crucial.

À medida que a tecnologia se torna central nas nossas vidas, as pessoas

com deficiência enfrentam barreiras consideráveis para aceder e participar plenamente neste ambiente.

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), mais de um bilhão de pessoas em todo o mundo vivem com alguma deficiência, sendo que quase 200 milhões enfrentam grandes dificuldades no seu dia a dia.

A tecnologia torna-se uma aliada fundamental para quebrar barreiras e promover a inclusão na vida das pessoas com deficiência.

Além disso, um relatório da fundação Adecco revelou que 32% das pessoas têm problemas de acessibilidade à tecnologia devido à falta de adaptabilidade à sua deficiência. Além disso, 42% não conseguem compreender a funcionalidade da tecnologia porque o seu ensino não tem sido uma prioridade na sua educação.

Surge assim a necessidade de um duplo esforço: por um lado, preparar as pessoas com deficiência no uso da tecnologia e, por outro lado, desenvolver soluções tecnológicas que eliminem as barreiras existentes, garantindo uma participação equitativa na era digital.

Dada esta realidade, a tecnologia assistiva deve ser um objetivo prioritário. Estas tecnologias procuram melhorar a qualidade de vida e a autonomia das pessoas, incluindo desde simples auxílios, como bengalas e amplificadores auditivos, até soluções mais avançadas, como software de reconhecimento de voz e dispositivos de comunicação alternativos.



Neste contexto, a Fundação Romper Barreras trabalha para incentivar e promover o uso da tecnologia para superar obstáculos relacionados às deficiências; além de formar sociedades inclusivas, envolvendo ativamente profissionais, famílias e ambientes educativos.

**“Buscamos democratizar o acesso à tecnologia assistiva. Não só pelo lado dos custos, mas também para que mais pessoas conheçam o que é esta tecnologia e como funciona, tanto as pessoas com deficiência como o ambiente em geral”**

Graduada Ainhoa Moran, membro do conselho da Fundação Romper Barreras



Eventos como **“Premios Romper Barreras”** reconhecem o uso da

tecnologia para a autonomia, na perspectiva da pessoa com deficiência. Da mesma forma, projetos como **“My Voice”** integram as vozes das crianças em comunicadores

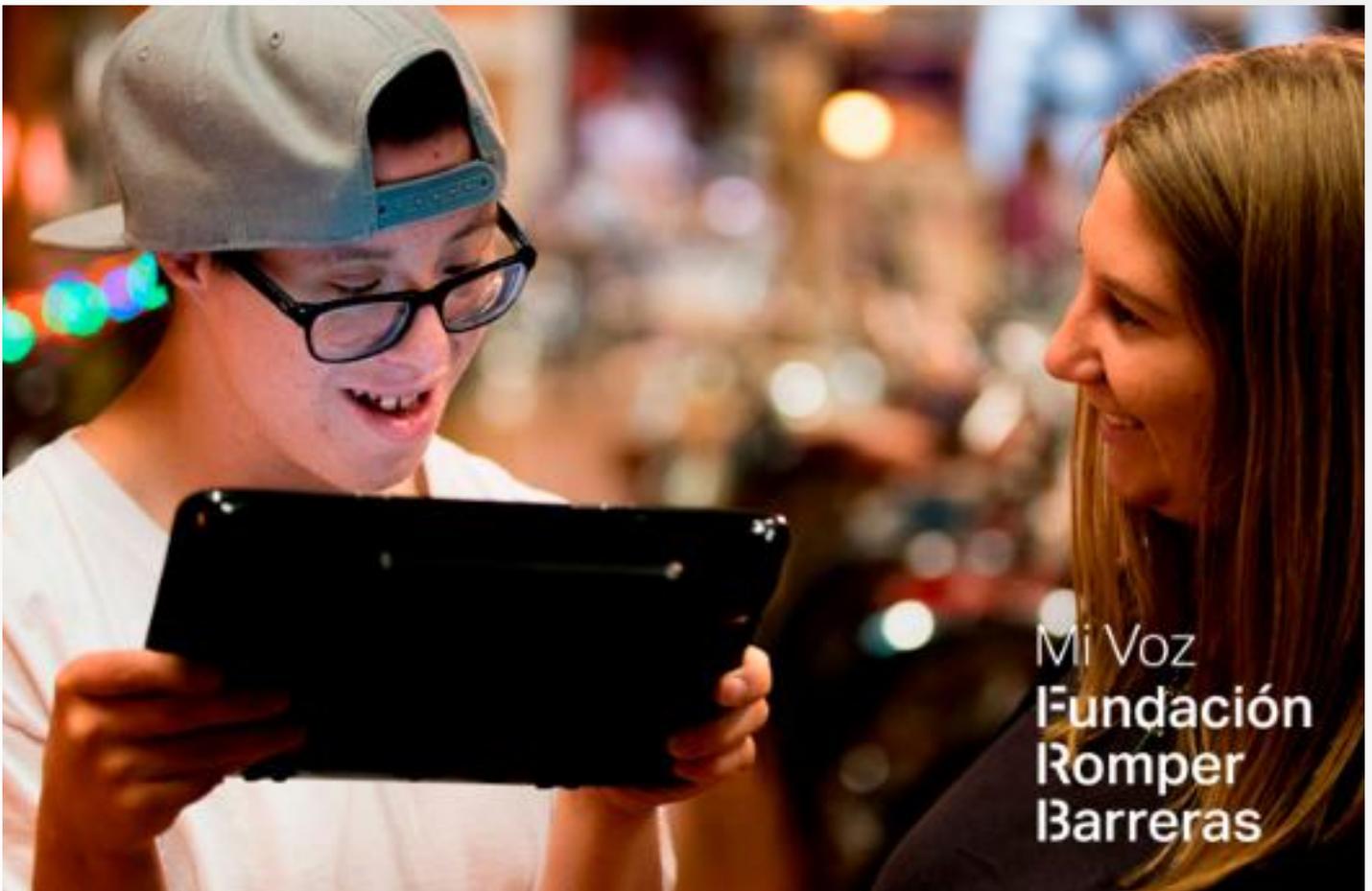
**“Além do pouco apoio da administração pública e dos custos, um dos maiores obstáculos é a divulgação da tecnologia de suporte. “A mídia não está interessada em falar sobre deficiência, então as pessoas certamente não conhecem o problema ou como enfrentá-lo.”**

dinâmicos para que as crianças com deficiência de fala possam sentir-se mais identificadas consigo mesmas.

Superar estes desafios requer uma abordagem abrangente que abranja desde a infra-estrutura até

à educação e à consciência social. Somente através de esforços colaborativos em todas as esferas da vida, envolvendo as esferas pessoal, educacional e profissional, a igualdade de oportunidades poderá ser alcançada e

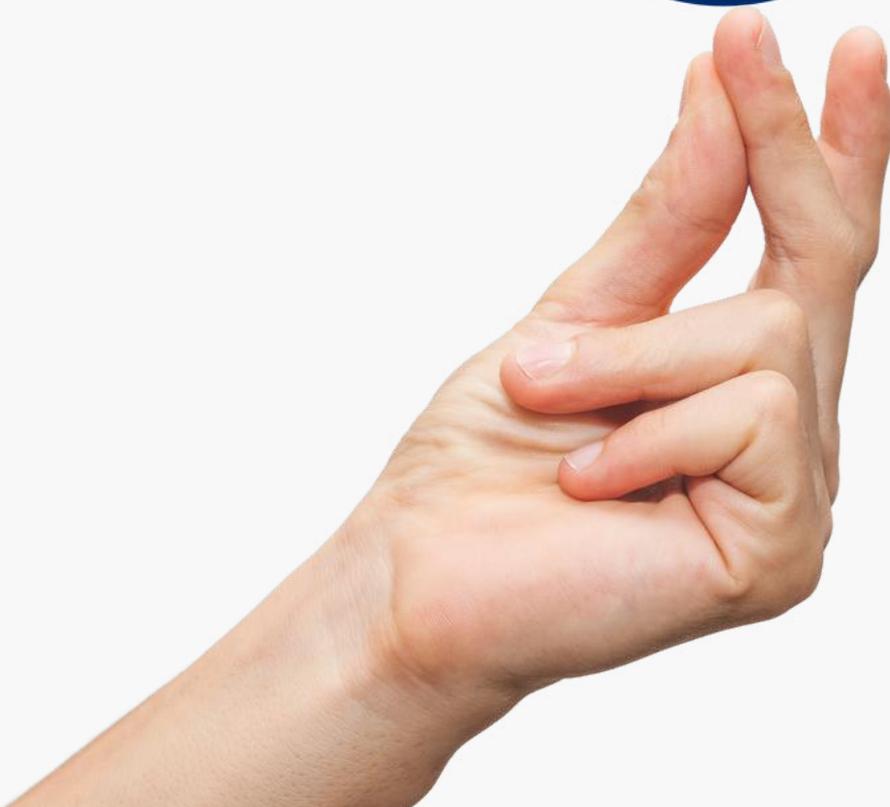
contribuir para fortalecer a autonomia e a dignidade das pessoas com deficiência.



[negociosparanegocios.com](https://negociosparanegocios.com)

---

**Seu negócio  
crescerá tão rápido**





## HIDROPONIA: UMA ALTERNATIVA PARA A SEGURANÇA ALIMENTAR

A hidroponia surge como uma solução sustentável para o crescimento populacional e os impactos das mudanças climáticas.

*Escrito por: Esperanza Aguilera*

**A**

segurança alimentar tornou-se um desafio premente. O aumento da população mundial e os impactos das alterações climáticas que afectam a

a produção agrícola, levam à preocupação de não sermos capazes de satisfazer as necessidades nutricionais e à necessidade de construir um futuro sustentável.

Segundo estimativas da Organização das Nações Unidas (ONU), a população actual atingiu 8.000 milhões de pessoas e espera-se que até 2050 este número suba para 9.700 milhões, dos quais 660 milhões sofrerão de pobreza alimentar.

É importante mencionar que o aquecimento global influencia os padrões climáticos, provocando intensas ondas de calor, chuvas e secas, o que também afeta fortemente a agricultura. Portanto, o desafio atual passa por desenhar estratégias que garantam o acesso aos alimentos num contexto de recursos limitados.

Dada esta realidade, a hidroponia surge como uma alternativa agrícola inovadora que poderá contribuir significativamente para resolver este problema. Este é um método de cultivo sem solo que utiliza soluções nutritivas para fornecer diretamente nutrientes essenciais às plantas, permitindo um crescimento mais eficiente e controlado.

A solução é mineral e é composta por concentrações de potássio, magnésio, fósforo, entre outros. A sua versatilidade permite a incorporação de compostos orgânicos como farinha de peixe, restos de madeira ou mesmo algas marinhas, enriquecendo ainda mais o ambiente nutricional.

**“Uma das principais vantagens da hidroponia é que ela utiliza 90% mais água em comparação com os cultivos tradicionais. Além disso, há maior controle de pragas, evitando o uso de agrotóxicos altamente tóxicos.”**

Kevin Gutierrez, engenheiro de projetos de Hidroponia Industrial



Tomate, Ing. Bonila - Bogotá

Segundo dados do Banco Mundial, globalmente 71% da água doce extraída é utilizada para a agricultura, e a América Latina é uma das regiões que mais aloca recursos hídricos para esta atividade.

Um dado importante é que a hidroponia, por não necessitar de grandes áreas de terreno, pode ser instalada em sistemas de cultivo vertical em edifícios urbanos, aproveitando de forma eficiente o espaço disponível.

A experiência com o método hidropônico mostrou que quase todos os tipos de plantas podem ser cultivados. Legumes como couve-flor, aipo, alface; Além de frutas e vegetais como morangos, uvas, framboesas, cenouras e cebolas, eles são especialmente lucrativos.

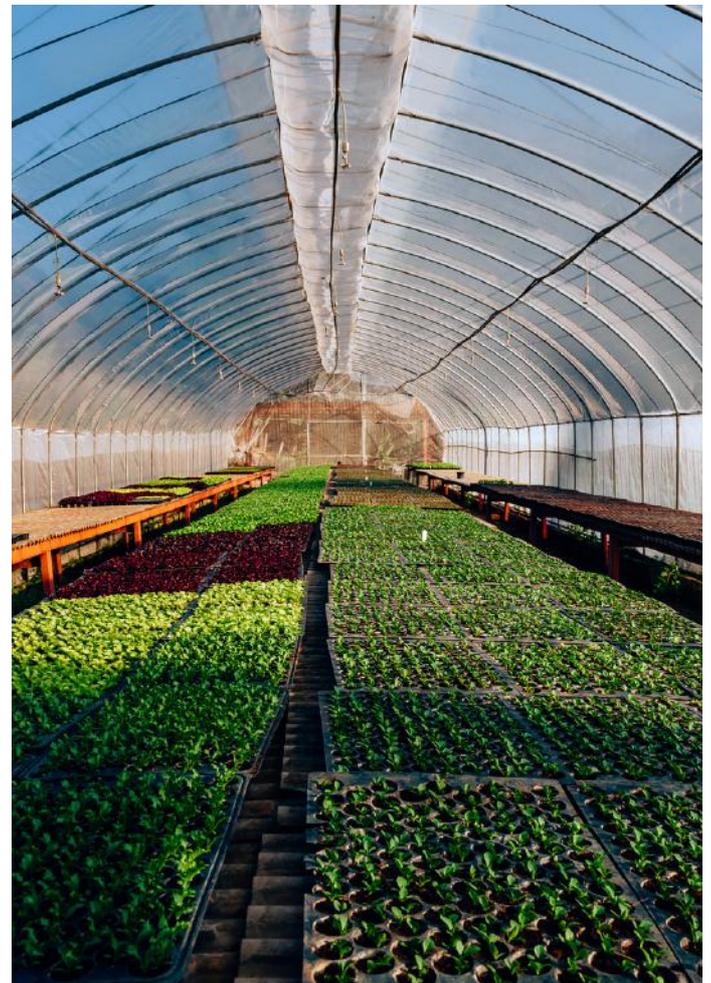


Morangos, Vista geral - Mar del Plata



Porém, um dos principais obstáculos a superar é a correta automação dos sistemas hidropônicos. Pois bem, detalhes mínimos como má condutividade ou medição incorreta de nutrientes podem afetar irremediavelmente uma colheita inteira, por isso muitos produtores decidem fazer esse processo manualmente, explica Filippetti.

Continuar a trabalhar na investigação e desenvolvimento desta tecnologia é essencial para garantir a segurança alimentar, em aspectos fundamentais como a disponibilidade, o acesso e a utilização dos recursos.

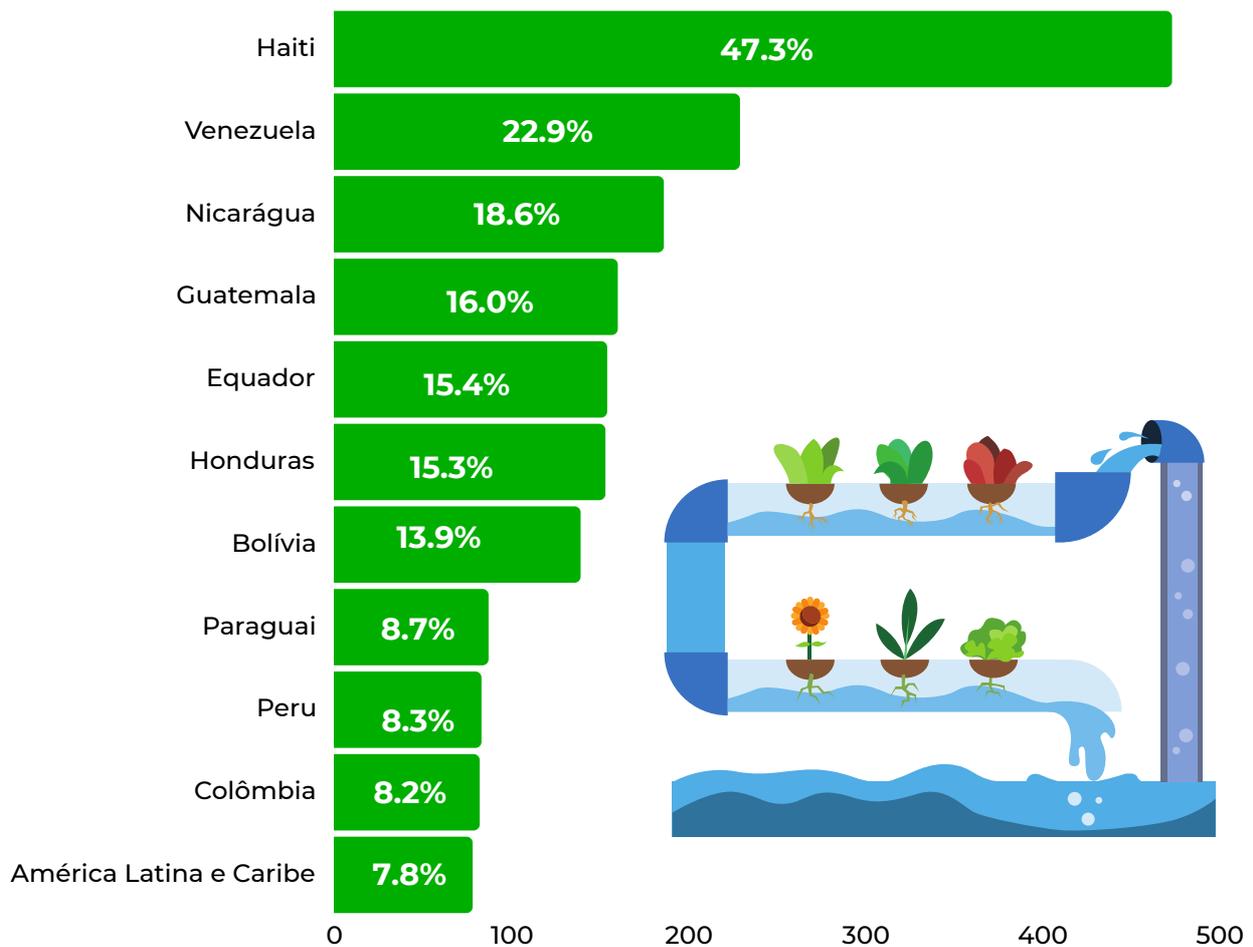


Em todo o mundo, países como os Países Baixos e a China fizeram progressos consideráveis neste sentido. Na América Latina, o custo inicial de implantação dessas culturas é alto, mas a aceitação no mercado agrícola é cada vez maior e mais necessária, afirma Gutierrez.

Fernando Filippetti, Diretor de Operações da Hidroponia FIL, concorda ao mencionar: “embora ainda esteja em desenvolvimento, a hidroponia tem potencial no futuro da América Latina. **“Estamos perto de um ponto de inflexão em que cada vez mais países utilizarão esta tecnologia.”**”

# SUBNUTRIÇÃO NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE

Países da região com a maior percentagem de subnutrição



\*População estimada cujo consumo alimentar habitual é insuficiente para manter um visto ativo e saudável entre 2019 e 2021.

Fonte: FAO

Fonte: Statista

# ADEUS AOS TÍTULOS: A MUDANÇA NAS CONTRATAÇÕES PARA 2024

Inteligência artificial, inclusão geracional e sustentabilidade marcam as tendências trabalhistas para este novo ano.

*Escrito por: Kory Nacif*



Justamente no momento dos fechamentos e do planejamento, as organizações veem as previsões de empregabilidade chegando como uma “moda” que, como todos os anos, são atualizadas e modificadas. Neste 2024, tanto as empresas como os colaboradores enfrentam desafios maiores para criar ambientes de trabalho satisfatórios para ambas as partes.

Segundo pesquisa realizada pela consultoria Gartner, este ano grande parte das organizações incluiu em sua lista de prioridades o desenvolvimento de líderes e gestores, bem como cultura organizacional, tecnologia de Recursos Humanos, gestão da mudança e gestão da mobilidade interna. .

Neste contexto, os especialistas em empregabilidade prevêem algumas transformações que certamente moldarão o mercado de trabalho para o próximo ano. Os cinco principais são:

## 1. Contratação baseada em competências

Os dias em que um diploma universitário era o ativo mais valioso para um currículo podem estar chegando ao fim. Cada vez mais empresas aderem à ideia de que se você tiver as habilidades necessárias a pessoa já está adequada para a vaga. Isso não significa que as competências acadêmicas não sejam levadas em consideração, mas sim que não serão um divisor de águas para contratações.

**“A capacidade de inovação, resolução de conflitos e tolerância a problemas são algumas das competências que os recrutadores procuram entre centenas de perfis, nos quais o conhecimento teórico necessário para uma atividade laboral é muito semelhante”, destaca Ivonne Vargas, especialista em formação e autora. do best-seller Contrate-me.**



## 2. Automação e inteligência artificial

Até alguns anos atrás, a inteligência artificial (IA) estava desconectada da carreira ou do emprego. No entanto, de acordo com a Manpower, até o momento, 2 em cada 10 empresas utilizam ferramentas de IA para retenção e contratação de talentos. Além disso, as redes sociais e plataformas especializadas são os principais meios de captação de novos colaboradores.

**“O campo dos negócios, assim como o entendimento dos mercados e dos clientes, atualmente tem a ver com inteligência artificial. Assim, como relataram diversas universidades, o pensamento computacional ou pensamento crítico digital será uma das competências mais solicitadas nos próximos 10 anos”, continua Vargas.**

### 3. Retenção e treinamento da força de trabalho

A formação da força de trabalho é algo que será sempre rentável para o negócio e para os próprios colaboradores, em termos do seu desempenho, do ambiente de trabalho e da motivação para permanecer no local de trabalho.

**“Uma questão importante para as organizações é saber como os seus trabalhadores gostam de aprender e receber conhecimento, uma vez que nem todos funcionam da mesma forma ou respondem com a mesma motivação”, explica o especialista.**

Dentro de um plano de vida e carreira, o colaborador que recebe uma nova habilidade se sente motivado. **“Isso faz parte daquele salário emocional que nem sempre tem a ver com o salário líquido ou bruto da empresa”,** acrescenta.

### 4. Diversidade e inclusão

Dada a previsão de que a Geração Z constituirá 23% da força de trabalho mundial até 2024, é importante que as organizações abordem aspectos como a inclusão de gênero e a gestão intergeracional.

Segundo a Deloitte, globalmente, 19,7% dos cargos de gestão são ocupados por mulheres, o que reflete um aumento de 2,8% desde 2019. Segundo analistas, este ano os trabalhadores que têm entre 45 e 65 anos começarão a ser recompensados. São eles os encarregados de quebrar **“o teto de vidro”** no local de trabalho.

### 5. Sustentabilidade e responsabilidade social

A consciência de reduzir o impacto no ambiente está a transformar a procura de mão-de-obra em áreas como a gestão ambiental, as energias renováveis e a responsabilidade social corporativa.

Este novo ano verá mais empresas comprometidas com as alterações climáticas, reduzindo a sua pegada de carbono e conservando os recursos naturais. Também mais empresas envolvidas com a sua comunidade, iniciativas locais e desenvolvimento económico.

Embora estas sejam as principais tendências que as organizações veem no mercado de trabalho, estas orientações podem variar dependendo de fatores como as condições económicas, a incorporação do desenvolvimento tecnológico, bem como as políticas públicas da região.



# 5 CHAVES PARA A GESTÃO DE TALENTOS

1

## **Oportunidades de crescimento**

Treine seus colaboradores para adquirir novos conhecimentos e habilidades.

2

## **Comunicação horizontal**

Praticar a cordialidade e o respeito, sem restrições hierárquicas ou temáticas.

3

## **Trabalho em equipe**

Construa um bom ambiente de trabalho promovendo a formação de equipes.

4

## **Horário flexível**

Aposte no trabalho híbrido ou teletrabalho.

5

## **Incentivos não financeiros**

Além da remuneração competitiva, considere benefícios como seguro saúde, creche, reconhecimentos, etc.

# HUMBERTO POLAR

**“HOJE A CRIATIVIDADE FAZ  
A DIFERENÇA NOS  
NEGÓCIOS”**

*Escrito por: Estefani Rodriguez*

Um dos 25 melhores criativos do mundo. Humberto Polar nos conduz por sua carreira de sucesso, sua campanha do momento e revela as tendências criativas para 2024.





S

onho de uma mente prolífica que se destaca na arte e na publicidade. Humberto Polar, um dos mais importantes publicitários da região e o 7º melhor criativo do mundo

em 2014, segundo a revista Business Insider, tornou-se uma figura relevante por ser um estrategista criativo que observa a sociedade para construir marcas que deixem sua marca.

Com 38 anos imerso em publicidade e sendo um dos poucos criativos a ganhar Cannes Lions de três países diferentes, obtendo para a Colômbia o primeiro de sua história, contribuiu para a reputação criativa de marcas importantes em agências como Lowe-SSP3 (Colômbia ), Lowe Latam (México), FCB Mayo (Peru) e Gray México. Atualmente é sócio fundador e Diretor de Criação da The Juju México e presidente do Círculo Criativo do México.

A sua filosofia levou-o a estruturar uma sólida cultura criativa no The Juju: **“como equipa somos rigorosos na qualidade criativa, mas também na profunda estratégia e integração. “Não entendemos as diferenças entre digital, não digital, offline e online, pois se observarmos, no final das contas, são todos pontos de contato e ideias que devem se tornar grandes propostas em qualquer meio escolhido para realizar uma campanha, ”** comenta.

Numa publicidade onde o ingrediente masculino tem sido predominante ao longo dos anos, Humberto sabe que apostar na liderança feminina em cargos-chave faz parte de uma fórmula eficaz, onde, por exemplo, o seu departamento criativo é composto praticamente apenas por mulheres.

## Voz para los derechos humanos

Uno de los temas con mayor impacto en las personas es el social, es así que The Juju recibió el encargo de Amnistía Internacional de llevar a cabo la campaña “Derechos con Voz”, en el marco de la conmemoración por el 75.º aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Esta campaña ha dado vida a 30 canciones que buscan crear conciencia ante una realidad preocupante: la falta de conocimiento y compromiso con los derechos humanos. **“Le pedimos a 30 artistas que compongan 30 canciones cada una con un derecho. La premisa es haber utilizado TikTok para que los jóvenes entiendan de qué van los derechos y cuántos son”**, explica el director creativo.

El hashtag #DerechosConVoz está disponible en TikTok, y ha logrado una rápida viralización entre las nuevas generaciones a nivel mundial. “A veces la publicidad social nos deja buenas lecciones que se pueden llevar a la publicidad comercial”, destaca.

A solo cinco días del lanzamiento se generaron en la plataforma 340,000 views orgánicos y, en pocas horas, la conversación se viralizó desde México a todo el mundo, impactando a *influencers* y usuarios en su dinámica al generar contenido con canciones hechas a partir de los derechos humanos.

## Predicciones para 2024

Uno de los desafíos más importantes en la publicidad es **la atención**. “La publicidad no es algo que se busca, pero hoy puedes tener toda una plataforma de entendimiento sin publicidad por un precio realmente accesible, esto hace que la poca atención que había hacia la publicidad sea mayor. Entonces, la creatividad es la única manera y tienes que ser creativo para que logres superar la indiferencia de la gente y así construir una marca”, señala.

La **inteligencia artificial** (IA) ha pasado a ser rápidamente una herramienta importante para el rubro publicitario, sobre todo en dos aspectos. Por un lado, la cantidad de datos que se puede analizar con la IA se da a una



## Voz pelos direitos humanos

Uma das questões com maior impacto nas pessoas é a social, por isso The Juju foi encomendada pela Amnistia Internacional para realizar a campanha “Direitos com Voz”, no âmbito da comemoração do 75º aniversário da Declaração Universal dos Direitos Humanos .

Esta campanha deu vida a 30 canções que procuram sensibilizar para uma realidade preocupante: a falta de conhecimento e compromisso com os direitos humanos. **“Pedimos a 30 artistas que componham 30 músicas cada um com direito. A premissa é ter utilizado o TikTok para que os jovens entendam o que são direitos e quantos existem”**, explica o diretor criativo.

A hashtag #DerechosConVoz está disponível no TikTok e tem alcançado rápida viralização entre as novas gerações em todo o mundo. “Às vezes a publicidade social nos deixa boas lições que podem ser levadas para a publicidade comercial”, destaca.

Apenas cinco dias após o lançamento, foram geradas 340 mil visualizações orgânicas na plataforma e, em poucas horas, a conversa viralizou do México para o mundo inteiro, impactando influenciadores e usuários em suas dinâmicas ao gerar conteúdo com músicas feitas a partir dos direitos humanos. .

## Previsões para 2024

Um dos desafios mais importantes da publicidade é a atenção. “Publicidade não é uma coisa que se procura, mas hoje você pode ter toda uma plataforma de entendimento sem publicidade por um preço realmente acessível, isso faz com que a pouca atenção que houve para com a publicidade seja maior. Então a criatividade é o único caminho e é preciso ser criativo para poder superar a indiferença das pessoas e assim construir uma marca”, pontua.

A inteligência artificial (IA) tornou-se rapidamente uma ferramenta importante para a indústria publicitária, especialmente em dois aspectos. Por um lado, a quantidade de dados que pode ser analisada com IA está a uma





A **criatividade** é um capítulo sempre presente nesta profissão e Humberto vê desta forma: “antes podíamos incorporar mais padrão ou mais presença, mas o que se pede agora é um nível maior de criatividade. Durante muito tempo a publicidade era opcional, mas hoje tornou-se quase uma obrigação”, enfatiza.

**“O salto que vamos experimentar a cada vez em termos de produtividade devido à inteligência artificial é imenso e apreciável”**

velocidade completamente revolucionária em comparação com o que poderia ser feito antes. Por outro lado, esta tecnologia aperfeiçoa-se como auxiliar na execução de tarefas, acelerando assim processos um pouco tediosos.

Perante paradigmas que sofrem constantes mudanças, os anunciantes devem focar-se nas motivações que movem o ser humano e que trabalharão sempre com a publicidade para saber quais são as implicações de colocar as coisas num contexto omnicanal.

Até 2024, as marcas buscam uma precisão muito maior no direcionamento das campanhas digitais. “Muitos clientes estão começando a reconhecer que não se trata mais apenas de enviar mensagens, mas de ser o mais personalizado possível. Acho que as agências que não sabem fazer microsegmentação provavelmente não se divertirão muito.”

A produção criativa também será um marco em 2024, pois agora é necessário implementar ideias tecnológicas nas campanhas, “é aqui que a criatividade fará a diferença nos negócios porque as empresas poderão misturar instrumentos de outras áreas nos seus processos criativos, como como “pensamento” de design.

No caminho da criatividade, Humberto Polar tem um lugar conquistado com base no talento e na tenacidade. Suas campanhas realizadas em empresas renomadas têm conseguido se conectar de forma autêntica com um público que evolui diariamente e exige marcas comprometidas com a inovação, mas também com a personalização.

# DESIGN THINKING E SEU SUCESSO NO MARKETING MODERNO

Escrito por: Estefani Rodriguez



**A**

nálises de diversas empresas de consultoria nas áreas de vendas e marketing destacam uma tendência comum:

a crescente adoção de estratégias centradas no usuário.

Esse processo impulsiona a criatividade e cria experiências únicas, baseadas no conhecimento abrangente do consumidor.

Os consumidores apresentam exigências cada vez mais exigentes, o que leva as empresas a direcionarem as suas iniciativas para a compreensão dos seus interesses.

O *design thinking* surge neste cenário como uma metodologia inovadora que vai além da criação de produtos esteticamente agradáveis. É, por si só, uma abordagem centrada no utilizador, que procura compreender as necessidades e desejos das pessoas para desenvolver soluções criativas e eficazes.

Para compreender e aplicar esta metodologia, é importante conhecer as 5 fases essenciais que esta forma de pensar implica.

## 1. Tenha empatia

Nesta fase, a equipe mergulha no profundo entendimento dos usuários, suas necessidades e desafios. A empatia é a chave para identificar problemas reais que valem a pena resolver.

## 2. Definir

Os problemas são claramente definidos e uma perspectiva centrada no usuário é estabelecida. Esta etapa envolve a formulação de uma declaração ou declaração de problema que serve como guia para o processo de design.

## 3. Idear

Procura gerar uma ampla variedade de ideias e soluções criativas baseadas na participação ativa e na geração de conceitos.

ideias inovadoras sem restrições, utilizando técnicas como brainstorming.

## 4. Protótipos

As melhores ideias são selecionadas e traduzidas em protótipos tangíveis. Estes protótipos podem variar em complexidade, desde simples esboços até modelos mais avançados, mas o objetivo é obter uma representação física ou visual da solução proposta.

## 5. Teste

Os protótipos criados são sujeitos a testes e avaliação, de forma a obter feedback dos utilizadores e demais interessados para perceber como responde no mundo real. Os resultados dos testes informam os ajustes e melhorias necessários.

**“A empatia, a orientação para o utilizador, o pensamento cocriativo e colaborativo, bem como a capacidade de resgatar a aprendizagem ao longo deste processo, são algumas das competências chave no design thinking”**

Rendo Salazar, diretor de [Como Pez en el Aula](#)



As empresas enfrentam desafios constantes, desde a identificação de oportunidades de mercado até a melhoria da experiência do cliente. Utilizando esta estratégia, os profissionais de marketing podem enfrentar estes desafios de forma mais criativa, procurando soluções fora das abordagens convencionais.

Segundo Salazar, para realmente entender as necessidades do usuário é importante trabalhar com diferentes ferramentas de imersão, para “se apaixonar” pelo problema. **“Na minha experiência pude destacar a riqueza de informações que se consegue com a árvore de problemas, o mapa de empatia, entrevistas com usuários, métodos de observação direta, protótipos e testes iterativos.”**

Conforme mencionado, o design thinking incentiva a iteração ou o processo construtivo dinâmico que requer definição, representação, visualização, avaliação e redefinição constantes; e melhoria contínua.



Através da implementação de testes rápidos, as estratégias de marketing podem evoluir em resposta ao feedback do mercado. Isto não só permite que as empresas acompanhem as tendências em mudança, mas também lhes dá a flexibilidade para ajustar as suas abordagens conforme necessário.

**“O sucesso será medido pela satisfação dos utilizadores, pelo desempenho da solução em termos de eficácia e eficiência, pelo impacto positivo na vida das pessoas e como isso se reflete na rentabilidade do negócio”,** conclui o especialista.

As empresas que adotarem este método estarão melhor posicionadas para satisfazer e antecipar as necessidades dos seus clientes, destacando-se num mercado em mudança e em constante evolução. Sem dúvida, o design thinking é um aliado indispensável do marketing contemporâneo.



# ADVERTISEMENT

BLOG

# Lobe Mark

ANÚNCIO  
& MARKETING

[lobemark.com](https://lobemark.com)



# A EDUCAÇÃO MULTICULTURAL CONSTRÓI SOCIEDADES EMPÁTICAS

Integrar a diversidade na educação é essencial, pois é a base para a construção da formação humana.

*Escrito por: Esperanza Aguilera*





# A

interculturalidade é um pilar fundamental na construção de sociedades coesas e enriquecedoras. Num ambiente onde as fronteiras

se confundem e as conexões se intensificam, a educação multicultural torna-se essencial.

Os Estados Unidos, um dos países mais multiculturais do mundo, tinham uma população hispânica de 59 milhões de habitantes até 2020. Destes, aproximadamente 61.5% vieram do México, enquanto o restante veio de Porto Rico (9.3%) e El Salvador (3.7%), entre outros, segundo dados do

Escritório do Censo dos Estados Unidos.

Porém, mesmo com estes números, o país norte-americano apresentou um aumento de 182% na discriminação racial, especificamente em Estados como Califórnia, Texas, Colorado, Illinois, Nova York, Flórida e Virgínia, segundo o último relatório da Liga dos Anti-difamação.

Este fenómeno demográfico sublinha a crescente diversidade étnica e cultural no país, destacando a importância de abordar as necessidades e perspectivas destes grupos.

**“A melhor solução é unir o mundo através da educação global, criar pontes entre diferentes culturas e educar cidadãos que cresçam com empatia. Ou seja, criar cidadãos globais”**



Neste contexto, a Participate Learning é uma organização que procura criar sociedades mais inclusivas através do intercâmbio cultural. Através do seu programa educacional, professores de toda a América Latina podem viajar aos EUA para dar aulas a crianças entre 5 e 11 anos, a fim de criar cidadãos mais compreensivos e multiculturais.

Esta educação global não se centra apenas no ensino da língua espanhola, mas inclui também áreas como ciências, matemática e estudos sociais, sem nunca perder de vista o aspecto cultural.

**“É fundamental focar o ensino nas crianças, pois sua capacidade de assimilar conhecimentos e desenvolver empatia é mais receptiva. Ao iniciar o processo educativo desde cedo, a aprendizagem se enraíza ao longo de toda a vida”**, explica Ramírez.

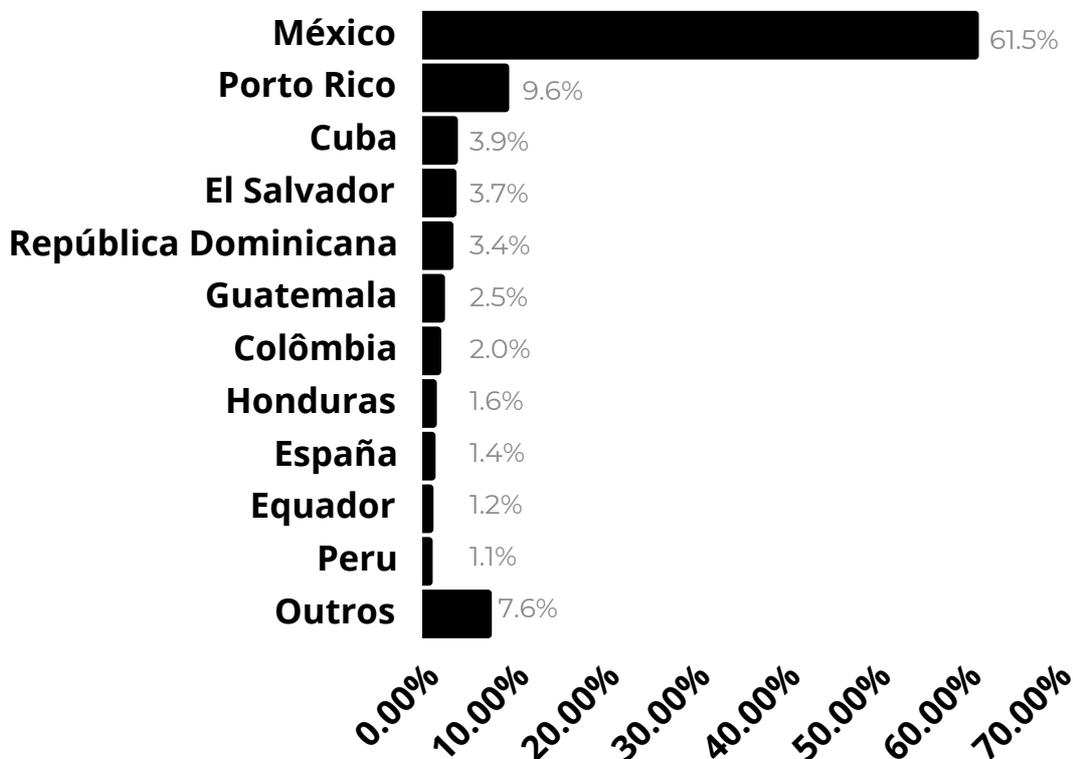
A diversidade cultural é benéfica em todos os aspectos. Além de promover a inovação e a criatividade, também fortalece relacionamentos, contribuindo para a formação de comunidades mais eficientes e decisivas.

**“Os professores latino-americanos estão mudando a vida de milhares de crianças americanas. São menores que estão a crescer com uma perspectiva cultural mais ampla e que serão adultos mais empáticos no futuro”**, conclui a coordenadora.



Ronald Ramírez, coordenador de recrutamento da Participate Learning.

## DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DA POPULAÇÃO HISPANO-AMERICANA RESIDENTE NOS ESTADOS UNIDOS EM 2020, POR PAÍS DE ORIGEM



Em 2020, a população de origem hispânica nos Estados Unidos ultrapassava os 59 milhões de habitantes. Destes, aproximadamente 61,5% vieram do México. Por sua vez, dois países caribenhos ocuparam a segunda e terceira posições no ranking, Porto Rico e Cuba, com percentuais de 9,6% e 3,9%, respectivamente.

Fonte: Statista

SeñorNoticia

# **CORRIDA CONTRA O TEMPO “MUDANÇAS CLIMÁTICAS CADA VEZ MAIS PALPÁVEIS”**

O aquecimento global já não é uma ameaça abstrata; É uma realidade que exige uma resposta urgente e um compromisso global.

*Escrito por: Estefani Rodriguez*





**A**o longo das últimas décadas, testemunhámos mudanças significativas nos padrões climáticos e meteorológicos, provas concretas de que o mundo está a ter um impacto profundo no equilíbrio ambiental.

Até à data, os cientistas recolheram dados convincentes que demonstram concentrações crescentes de gases com efeito de estufa na atmosfera, directamente atribuíveis às actividades humanas, como a queima de combustíveis fósseis e a desflorestação.

Devido a isto, as temperaturas globais estão a aumentar, fenómeno que se reflete no aumento de eventos climáticos extremos, como furacões mais intensos, secas prolongadas, inundações devastadoras e ondas de calor recordes. Por sua vez, os glaciares estão a derreter a um ritmo alarmante, contribuindo para a subida do nível do mar e ameaçando as comunidades costeiras em todo o mundo.

Além dos impactos ambientais, as alterações climáticas também têm consequências sociais e económicas. As comunidades mais vulneráveis são as mais atingidas, enfrentando o fracasso das colheitas, a escassez de água e a ameaça de deslocamento devido a condições climáticas extremas.

**“Grande parte das mudanças climáticas aceleradas que ocorreram nos últimos anos, ou seja, nos últimos 200 anos, devem-se aos combustíveis fósseis que libertam gases com efeito de estufa, tornando-os os principais responsáveis pelo aquecimento global”.**



Fernando Martínez, presidente da Fundação Impulso



“Locais com temperaturas mais altas têm maior probabilidade de sofrer tempestades ou chuvas muito intensas”, afirma o engenheiro Miguel Ángel Gallegos, gerente de meteorologia e climatologia do Serviço Meteorológico Nacional do México.

Um dos casos que recentemente preocupou a população mexicana foi o furacão Otis, ocorrido no dia 25 de outubro em Acapulco, Guerrero. Este fenômeno natural atingiu uma rápida intensificação, passando da categoria 1 à categoria 5 em apenas 24 horas. As fatalidades e o desastre na cidade significam uma recuperação extremamente complicada nos próximos anos.

**“Informações meteorológicas bem aplicadas, em qualquer fenômeno, contribuem para a mitigação dos danos, pois ao monitorar em tempo real, a sociedade pode tomar a decisão mais adequada. Dessa forma, a preparação das pessoas contra esses sistemas é a mesma no caso de um furacão de categoria 1 e de categoria 5”, acrescenta o engenheiro.**

É por isso que, face a estes acontecimentos catastróficos, a antecipação e o planejamento permitem uma resposta mais rápida e

eficiente, reduzindo o risco de perdas humanas e materiais. A conscientização e a educação do público sobre os protocolos de segurança desempenham um papel crucial no incentivo ao seguimento de práticas seguras.

**“Deve ficar claro para nós que a força da natureza é um poder imanente superior ao do ser humano. Esses tipos de padrões e novos registros devem nos servir, junto com a tecnologia, para fortalecer o banco de dados e antecipar casos que, como estamos vendo, estão acontecendo mais rapidamente”, afirma Martinez.**

Neste cenário, a transição para fontes de energia renováveis, a adoção de práticas agrícolas sustentáveis e a conservação dos ecossistemas são passos fundamentais para conter as alterações climáticas, e assim construir um futuro sustentável para as gerações futuras.



# NR NucleoRural

## Tendências no agronegócio



[nucleorural.com](http://nucleorural.com)

---

# DE PARIS AO MÉXICO: UMA JANELA ÚNICA PARA O ESPLENDOR DE NOTRE DAME



**“A exposição une história, arte e tecnologia em um projeto que se destaca pelo uso de realidade aumentada. Com o apoio do estúdio Histovery e financiamento da empresa L'Oréal, foi conseguida uma reconstrução muito pontual e detalhada das diferentes etapas de Notre Dame e dos acontecimentos históricos que a rodeiam.”**

Abraham Villavicencio, pesquisador do Museu Franz Mayer



*Escrito por: Esperanza Aguilera*

**E**

Desde o início da sua construção em 1163 até ao incêndio que o destruiu em 2019 e a sua posterior restauração, o museu Franz Mayer

na Cidade do México conta a história da icônica Catedral de Notre Dame.

A exposição Notre Dame no México presta homenagem a este monumento histórico através de uma cuidadosa reconstrução virtual, apoiada pela colaboração de historiadores, investigadores e desenvolvedores de tecnologia. Além de destacar o trabalho dos arquitetos,

escultores e restauradores que tornaram possível a sua construção e conservação.

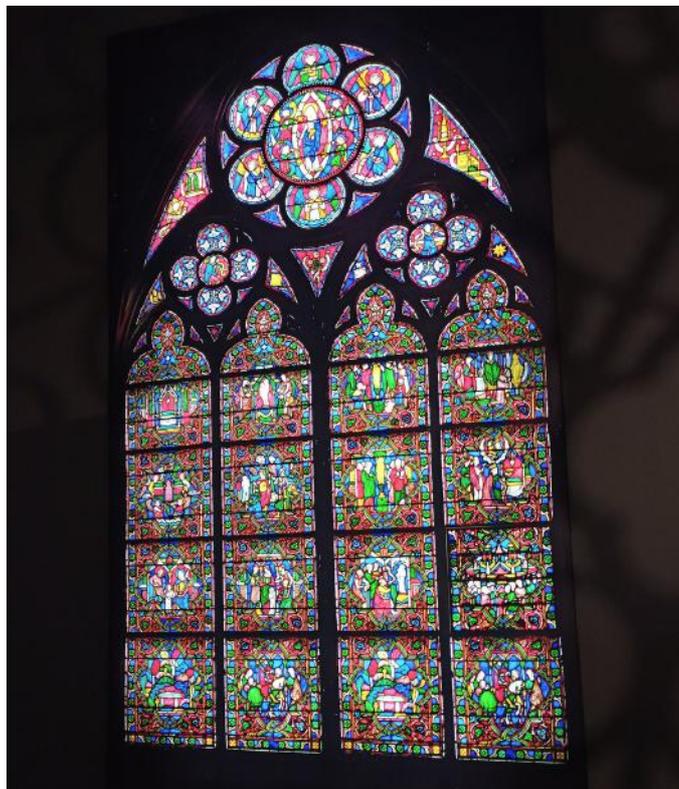
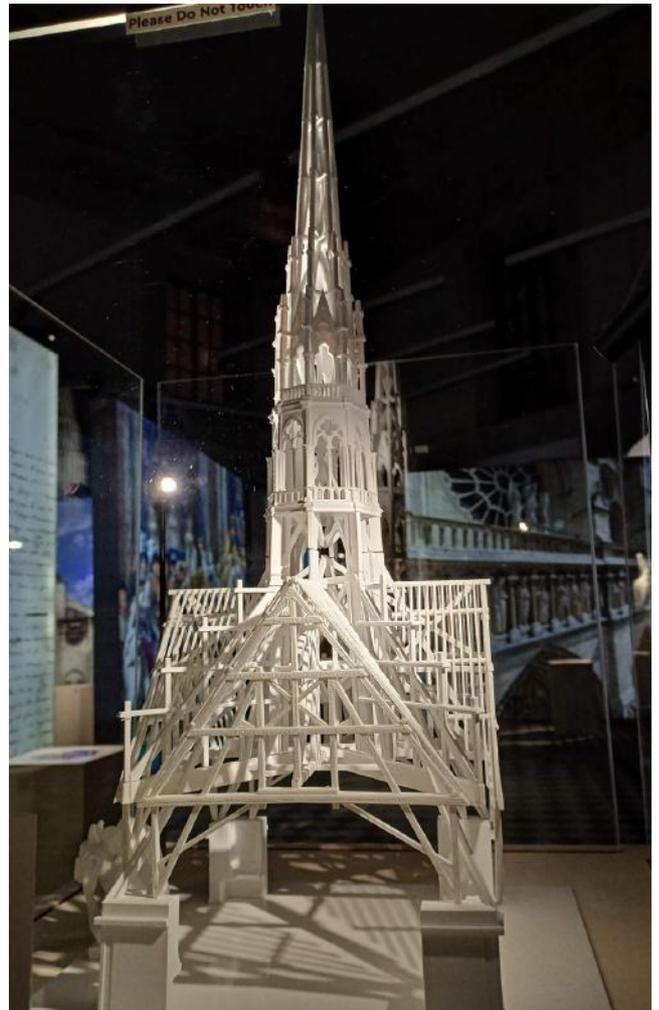
A majestosa Catedral de Notre Dame, erguida no coração de Paris, às margens do rio Sena, é um tesouro arquitetônico que resistiu ao passar de mais de oito séculos. A sua construção abrange um extenso período que abraça o esplendor gótico e testemunhou acontecimentos cruciais na narrativa da cidade.

Com imponente altura de 69 metros e fachada adornada com intrincados

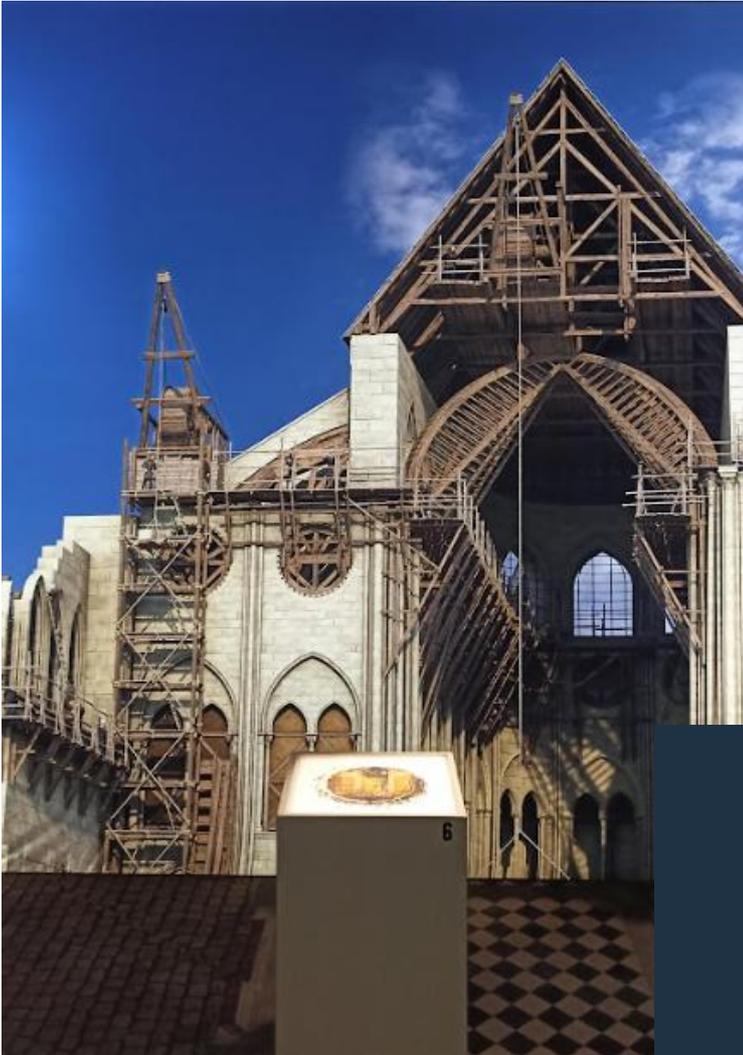
esculturas, a catedral cativou gerações com seu esplendor artístico que desafia a arquitetura e que agora pode ser visitado através de realidade aumentada.

A exposição, dirigida a públicos de todas as idades, é uma experiência interativa que estabelece um diálogo entre o virtual e o tangível para enriquecer a visita. Além disso, é constantemente atualizado quanto à reconstrução do monumento, que deverá ser concluída até o final de 2024.

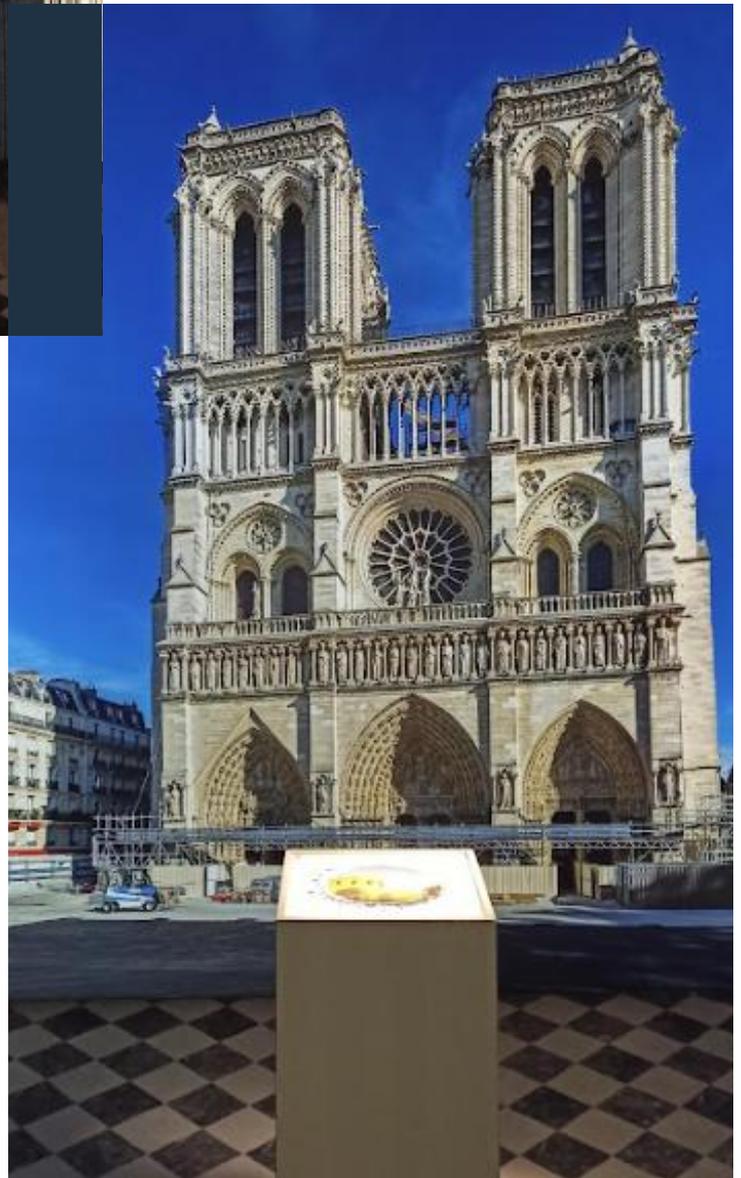
Através do histopad, tablet fornecido pelo museu, os visitantes podem aprender desde a sua criação até aos dias de hoje. Ele não apenas reconstrói imagens em 360°, mas também fornece informações sobre a importância arquitetônica, cultural e social da catedral.



**“Embora a maior exposição seja nas janelas, elas podem ser visualizadas com o histopad; As maquetes das oficinas dos trabalhadores, as reproduções de esculturas em escala real e o jogo de sombras que o museu realiza para recriar os vitrais criam uma experiência imersiva.”**



De referir que esta exposição já passou por países como Dubai, China, Estados Unidos e Canadá. No México, as pessoas poderão usufruir até fevereiro do próximo ano e espera-se que chegue a mais países latino-americanos, estima o pesquisador.



Dentro dos muros do Museu Franz Mayer, os visitantes têm uma passagem única pela história, conhecendo de perto o significado arquitetônico e cultural do monumento mais visitado da França. Notre Dame no México, além de oferecer uma experiência visual marcante, desempenha um papel crucial na divulgação deste valioso patrimônio artístico.

**A exposição do Museu Franz Mayer recria a icônica Catedral de Notre Dame através de realidade aumentada.**



Publicitários

**COM +**  
**IMPACTO.**

Os publicitários  
permitem que você se  
aprofunde na mensagem  
da sua marca

[hola@grupothepublic.com](mailto:hola@grupothepublic.com)

+52 1 56 2774 1902





# OBRAS QUE CAPTAM A ESSÊNCIA DA IMAGINAÇÃO E DA REALIDADE

Dos traços vibrantes aos detalhes meticulosos, descubra o universo de César Alvarez, onde a criatividade se confunde com a maestria pictórica.

*Escrito por: Estefani Rodriguez*

**N**

o vasto mundo da criatividade artística surge César Alvarez, arquiteto e artista plástico, que conseguiu fundir os seus conhecimentos de arquitetura

a arte para conseguir um estilo único de perspectiva em cada uma de suas pinturas.

Desde os primeiros traços, César demonstrou uma afinidade especial com a perspectiva, ferramenta que transforma o plano bidimensional numa tela tridimensional.



**“Fiz um curso de perspectiva durante a graduação em arquitetura, onde explorei bastante essa técnica. Com ele, quero que o espectador se sinta dentro do desenho e, ao mesmo tempo, o desenho saia do papel.”**

Cada uma das suas obras é uma janela para um universo onde as linhas convergem e divergem numa dança harmoniosa, convidando o espectador a explorar a profundidade da sua imaginação .A geometria e a simetria



são suas aliadas, mas é a sua capacidade de distorcê-las com maestria que eleva o seu trabalho a uma categoria única.

A sua paleta de cores e os materiais que utiliza são também outras ferramentas que ajudam a transportar o observador para um reino imaginário. Os tons dão vida às suas criações, criando uma sinfonia visual que desperta emoções. Enquanto luz e sombra, habilmente manuseadas, acentuam a sensação de profundidade e adicionam camadas de significado a cada composição.



“Neste momento trabalho em papel couché, pois me cai muito bem porque a tinta que uso, que é do tipo aquarela, escorre muito bem e me permite fazer sombreamento. Eu uso pincéis e até marcadores, tudo depende do que você está pensando em capturar”, explica.



Mas para além da sua técnica excepcional, o que distingue este artista é a sua capacidade de contar histórias sem palavras. Cada pintura é uma narrativa visual que convida o espectador a mergulhar na sua própria jornada de descoberta.



**“Tal como no surrealismo, o que procuro fazer é envolver o espectador no meu trabalho, sentir-se dentro de um destes edifícios ou dentro da cidade. Pode trazer lembranças se você já visitou aquele lugar ou, pelo contrário, motivá-lo a ir.”**

Num mundo saturado de imagens, as pinturas de César Alvarez são mais um passo na expansão da imaginação, lembrando-nos que a arte verdadeiramente excepcional transcende as barreiras do comum.



Observação



esboço



Desenho finalizado





# CASAMENTOS QUE DEIXAM MARCA POSITIVA



*Escrito por: Estefani Rodriguez*

**O**s casamentos ecológicos têm se tornado uma tendência em constante crescimento. Estas cerimônias não são apenas um testemunho de amor e compromisso entre duas pessoas, mas também um ato consciente de responsabilidade ambiental.

Segundo Marta Cubero, organizadora de casamentos da Nature Elements Eco, a celebração do casamento liberta num único dia uma quantidade considerável de emissões de gases com efeito de estufa, sendo o dióxido de carbono, vulgarmente conhecido como CO<sub>2</sub>, o principal protagonista.

Por isso, **“um casamento sustentável persegue o objetivo de reduzir o impacto ambiental associado à celebração, sem sacrificar a materialização do sonho matrimonial. Esta abordagem é adaptável a qualquer casal e compatível com uma ampla gama de estilos decorativos.”**

Desde o início, os noivos que optam por casamentos ecológicos procuram formas de reduzir a sua pegada de carbono. Isto começa pelos convites, onde o papel reciclado, as opções digitais e as tintas ecológicas são cuidadosamente selecionadas para minimizar o impacto ambiental.

Da mesma forma, a moda sustentável chegou ao mundo dos casamentos, com os casais optando por ternos e vestidos confeccionados com materiais ecológicos ou mesmo roupas de

usado. Ao reaproveitar uma roupa, você promove a ideia de que a moda pode ser gentil com o planeta e ainda assim deslumbrante.

Em termos de decoração, estes tipos de casamentos são inspirados na natureza. Desde arranjos florais sazonais a elementos decorativos reutilizáveis, procuramos criar um ambiente bonito sem comprometer a saúde do planeta.

Escolher alimentos locais também é fundamental. A opção por fornecedores locais não só apoia a comunidade, mas também reduz a pegada de carbono associada ao transporte de alimentos. Além disso, muitos escolhem opções vegetarianas ou veganas para o cardápio do casamento, contribuindo assim para a sustentabilidade ambiental.

De vestidos sustentáveis a decorações reutilizáveis, os casamentos ecológicos estão mudando a maneira como dizemos “sim”.



# abrigos

# inverno

# 2024



Anoraque acolchoado com gola de camisa\_Mango



Trench com lã\_Bershka



Casaco de Lã Alamares Manteco\_Zara



Casaco trespassado em mistura de lã\_ Hugo Boss

GRUPO EDITORIAL

# THEPUBLIC



**SOMOS A  
PORTA  
CERTA  
PARA A  
SUA  
MARCA  
ENTRAR NO  
MERCADO**

Vendas

+521 56 2774 1902

[holá@grupothepublic.com](mailto:holá@grupothepublic.com)



ANUNCIAR

# THE PUBLIC



Vivir  
tec

Lobe  
Mark



PLANETA  
EN VERDE

Cobertura **Noticiosa**

Club de Empresas

Ejecutivo **POWER**

**CON** **PO** **DERES**

COMUNICACION Y +AS

Noticiero E

**NR** Nucleo **Rural**

**Con** **Styling.**

**MEGA** **METRO** **POLI**