

N.21

THE PUBLIC

05/2025

REDES
SOCIAIS

TEMOS CADA VEZ
MENOS CAPACIDADE
DE ATENÇÃO

CRIATIVIDADE
PÚBLICITARIA

NÃO ESTÁ NAS
MÉTRICAS, MAS NOS
RESULTADOS.

AUTOMATIZAR

É INVESTIR EM
EFICIÊNCIA E
COMPETITIVIDADE

ENTREVISTA

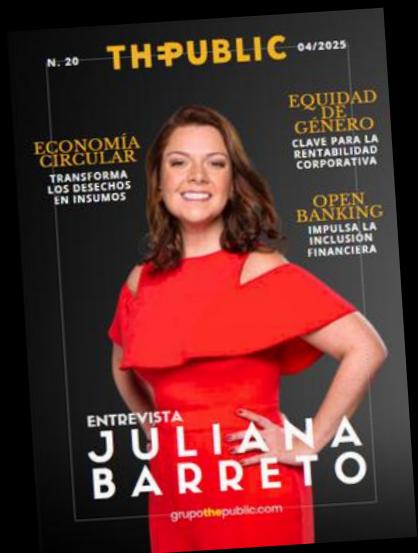
DANIELA
OSORES

Gerente Geral do Banco de Alimentos do Peru (BAP)

grupothepublic.com

THE PUBLIC CONTENTE

EDIÇÃO ANTERIOR



Entrevista com Juliana Barreto, empresária colombiana.

6 A automação está investindo em eficiência e competitividade

78% das empresas globais já aplicam a Automação Robótica de Processos.

10 A gestão de energia define o futuro das empresas

Em 2023, o consumo global de energia atingirá um recorde de 620 exajoules.

16 O futuro da tecnologia deve ser circular

A economia circular nos permite repensar o ciclo de vida dos produtos tecnológicos.

22 A iluminação artificial transforma o cultivo de alimentos

No Japão, a unidade de produção Mirai cultiva até 10.000 alfaces por dia em um sistema fechado com iluminação LED.

26 Entrevista exclusiva com Daniela Osores

Desperdiçamos metade do que produzimos em um país onde mais de 17 milhões de pessoas sofrem de insegurança alimentar.

THE PUBLIC CONTENTE

34

Entrevista com Carlos Tapia

Métricas medem apenas números, não criatividade.

38

Temos uma capacidade de atenção cada vez menor devido às redes sociais.

11.3% das pessoas entre 15 e 24 anos correm alto risco de uso compulsivo de mídias sociais.

44

Fungos transformam resíduos em materiais biodegradáveis

Em países como o Chile, mais de 50% dos resíduos urbanos são matéria orgânica.

50

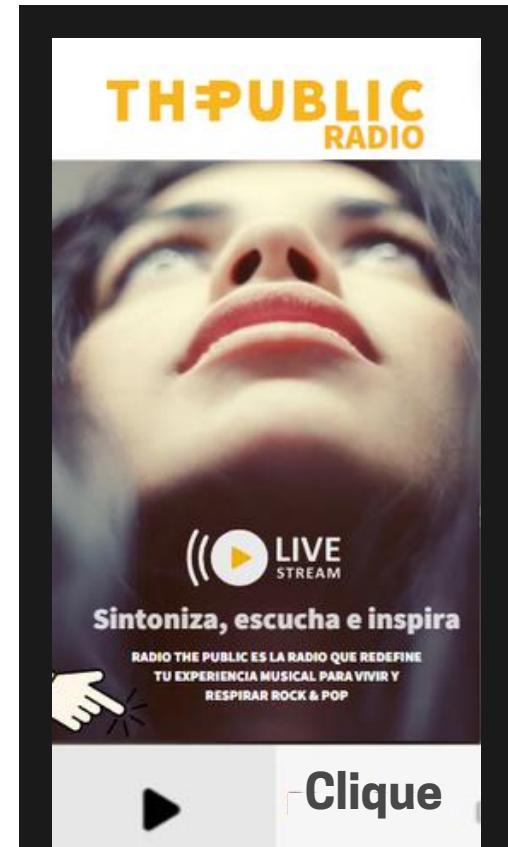
5 gadgets que estão mudando o bem-estar pessoal

Esses dispositivos tornam o autocuidado mais preciso, acessível e personalizado.

54

Esculturas que capturam o tempo e o movimento

Miriam Pérez Guerrero fez do metal sua linguagem para capturar movimento, mitologia e sua paixão pela arte.



Diretor

Nayla López

Editora

Stephanie Rodríguez
erodriguez@grupothepublic.com

Redactores

Pilar Astupiña
pastupina@grupothepublic.com

Esperanza Aguilera
eaguilera@grupothepublic.com

Direção de arte

Andrea García
agarcia@grupothepublic.com

Desenvolvimento e Tecnologia

Pierre Santos
jsantos@grupothepublic.com

THE PUBLIC

E
D
I
T
O
R
I
A
L

Cada edição é uma oportunidade de olhar mais de perto o que está mudando, tanto no mundo dos negócios quanto na sociedade. Nesta edição, reunimos histórias que refletem como diferentes vozes estão abrindo novos caminhos para construir um presente mais eficiente, humano e consciente.

Na capa, conversamos com Daniela Osores, gerente geral do Banco de Alimentos do Peru, sobre como as redes colaborativas podem fazer a diferença no combate à fome. A mensagem deles é clara: se queremos um país mais justo, precisamos repensar nossos hábitos de consumo e desperdício e nos comprometer com aqueles que mais precisam.

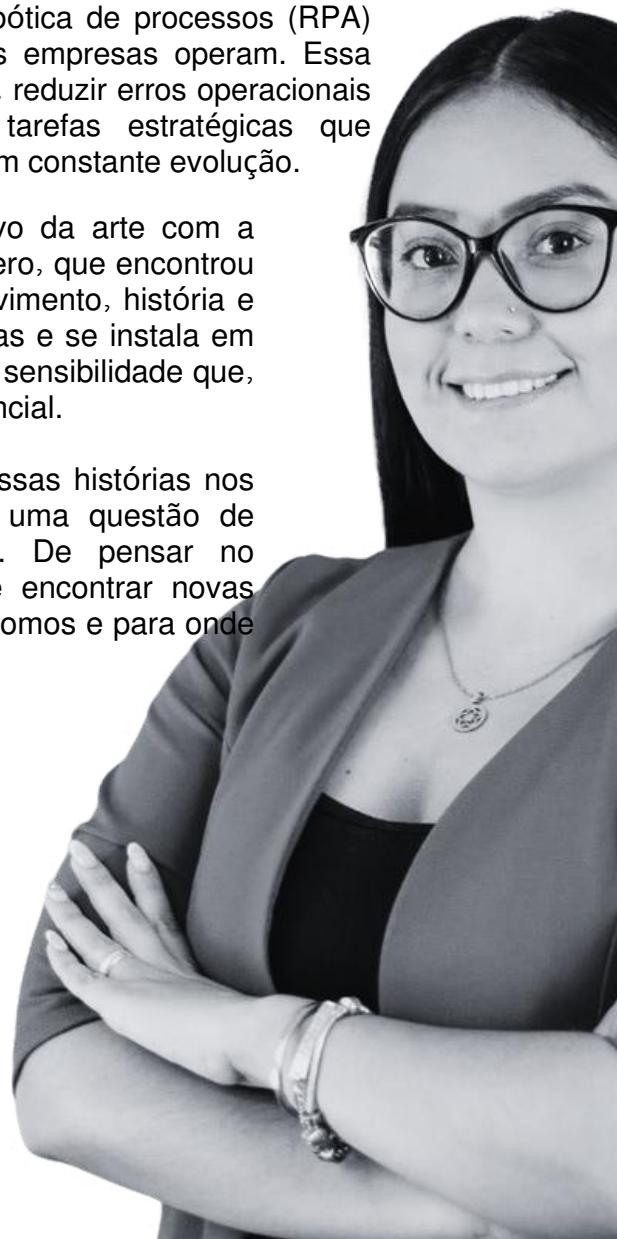
A gestão de energia também entra nessa conversa sobre responsabilidade. Entender o consumo de eletricidade não é mais apenas uma questão técnica; É um elemento essencial para que as empresas operem com eficiência, cumpram as regulamentações e, acima de tudo, liderem com responsabilidade diante dos desafios ambientais.

Da perspectiva da inovação, conversamos com o CEO da Rocketbot sobre como a automação robótica de processos (RPA) está transformando a maneira como as empresas operam. Essa tecnologia nos permite otimizar recursos, reduzir erros operacionais e concentrar talentos humanos em tarefas estratégicas que realmente agregam valor em contextos em constante evolução.

Por fim, exploramos o poder expressivo da arte com a escultora mexicana Miriam Pérez Guerrero, que encontrou no metal um meio para representar movimento, história e identidade. Sua obra ultrapassa fronteiras e se instala em espaços públicos como símbolo de uma sensibilidade que, além da técnica, se conecta com o essencial.

Em um contexto de desafios globais, essas histórias nos lembram que avançar não é apenas uma questão de inovação, mas também de intenção. De pensar no coletivo, de cuidar dos recursos e de encontrar novas maneiras de contar a história de quem somos e para onde queremos ir.

Estefani R.
EDITORIA



RÁDIO O PÚBLICO

SONHAR é SÓ O COMEÇO

Na Radio The Public, acreditamos que o poder da música não reside apenas nas notas, mas nas emoções, nos sonhos, nas histórias que compartilhamos através do som. Sonhar é apenas o começo; é a faísca que acende nossa paixão por conectar, desafiar convenções, viver e dar vida ao rock em todas as suas formas, dos grandes clássicos às novas vozes que reinventam o presente.

ZENO



Available on the
App Store



Get It On
Google Play



Radio The Public



www.radiopublic.com.br | Rádio The Public é uma marca registrada da ZENO S.A.



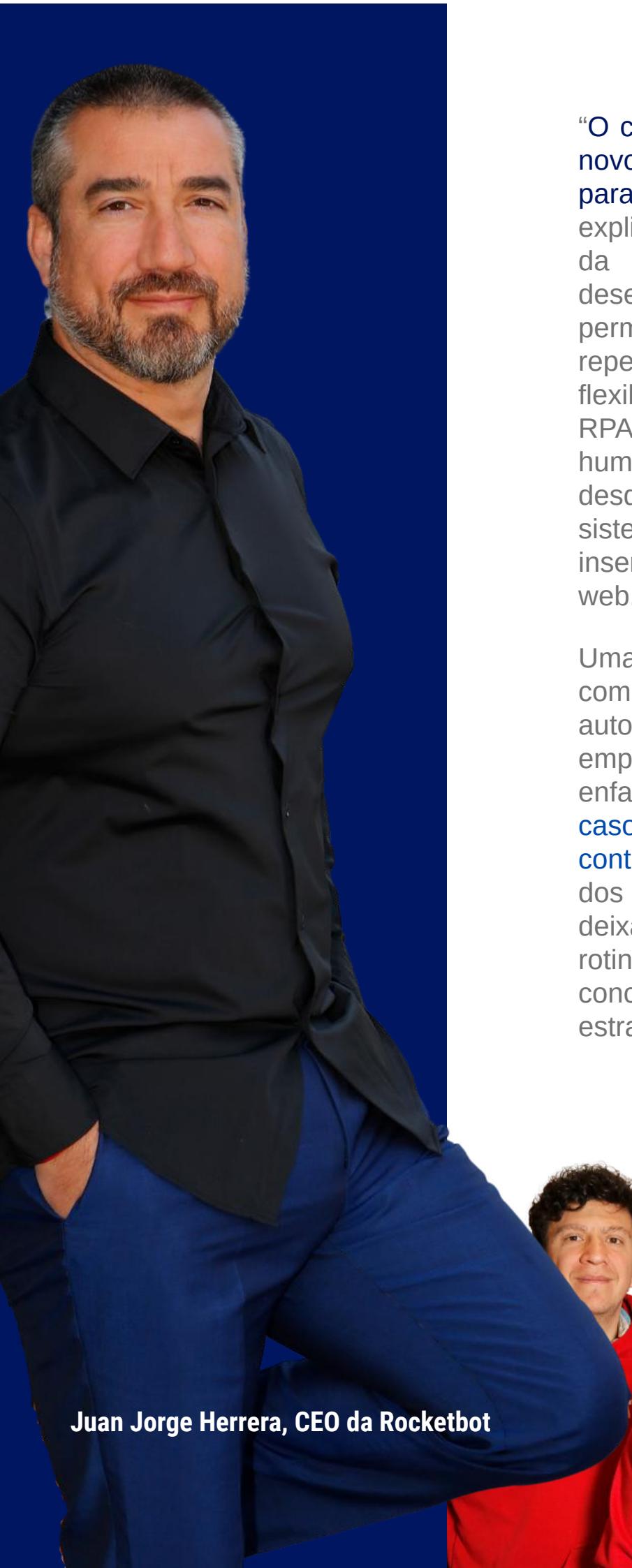
AUTOMATIZAR

É INVESTIR EM EFICIÊNCIA E COMPETITIVIDADE

78% das empresas globais já implementam RPA e relatam economias de até 30% em suas operações.

A automação, e em particular a Automação Robótica de Processos (RPA), está transformando a maneira como as empresas otimizam suas operações. Ao delegar tarefas repetitivas e rotineiras a robôs de software, as organizações podem melhorar sua eficiência, além de melhorar sua lucratividade e capacidade de adaptação a mudanças inesperadas.





Juan Jorge Herrera, CEO da Rocketbot

“O conceito de automação não é novo; sempre foi fundamental para melhorar a eficiência”, explica Juan Jorge Herrera, CEO da [Rocketbot](#), uma solução desenvolvida em Python que permite automatizar tarefas repetitivas com grande flexibilidade. Em sua visão, o RPA consiste em replicar ações humanas em ambientes digitais: desde copiar informações entre sistemas até redigir e-mails ou inserir dados em plataformas web.

Uma das preocupações mais comuns quando se fala em automação é seu impacto no emprego. No entanto, Herrera enfatiza que **“há pouquíssimos casos em que há demissões por conta da automação”**. Na maioria dos cenários, os funcionários deixam para trás tarefas rotineiras e repetitivas para se concentrar em funções mais estratégicas e criativas.



Embora sua adoção inicial tenha sido mais acentuada em setores como bancos, seguros e finanças, a automação agora se espalhou para praticamente todos os setores. Mesmo no setor de manufatura, onde a automação física tem sido tradicionalmente priorizada, oportunidades agora estão sendo exploradas em processos administrativos e de gestão.

A AUTOMAÇÃO NÃO SUBSTITUI UM PROCESSO RUIM, ELA O AMPLIFICA.”

Um estudo da Deloitte indica que 78% das organizações em todo o mundo já implementaram alguma forma de RPA e 92% esperam ampliar seu uso nos próximos três anos. Além disso, aqueles que adotaram a automação em larga escala relatam reduções de até 30% nos custos operacionais e melhorias significativas na precisão e no tempo de resposta.

No entanto, automação não significa simplesmente incorporar tecnologia. Para Herrera, um dos erros mais comuns é pensar que o RPA resolverá todos os problemas sem antes revisar os processos internos.



Ele também ressalta a necessidade de considerar possíveis mudanças nas plataformas digitais: "Se um site é atualizado e o robô foi programado para acessá-lo, ele provavelmente deixará de funcionar se não for ajustado a tempo." Portanto, diferentemente de outras ferramentas, o Rocketbot oferece licenças acessíveis e a capacidade de executar vários processos em paralelo sem incorrer em custos adicionais.

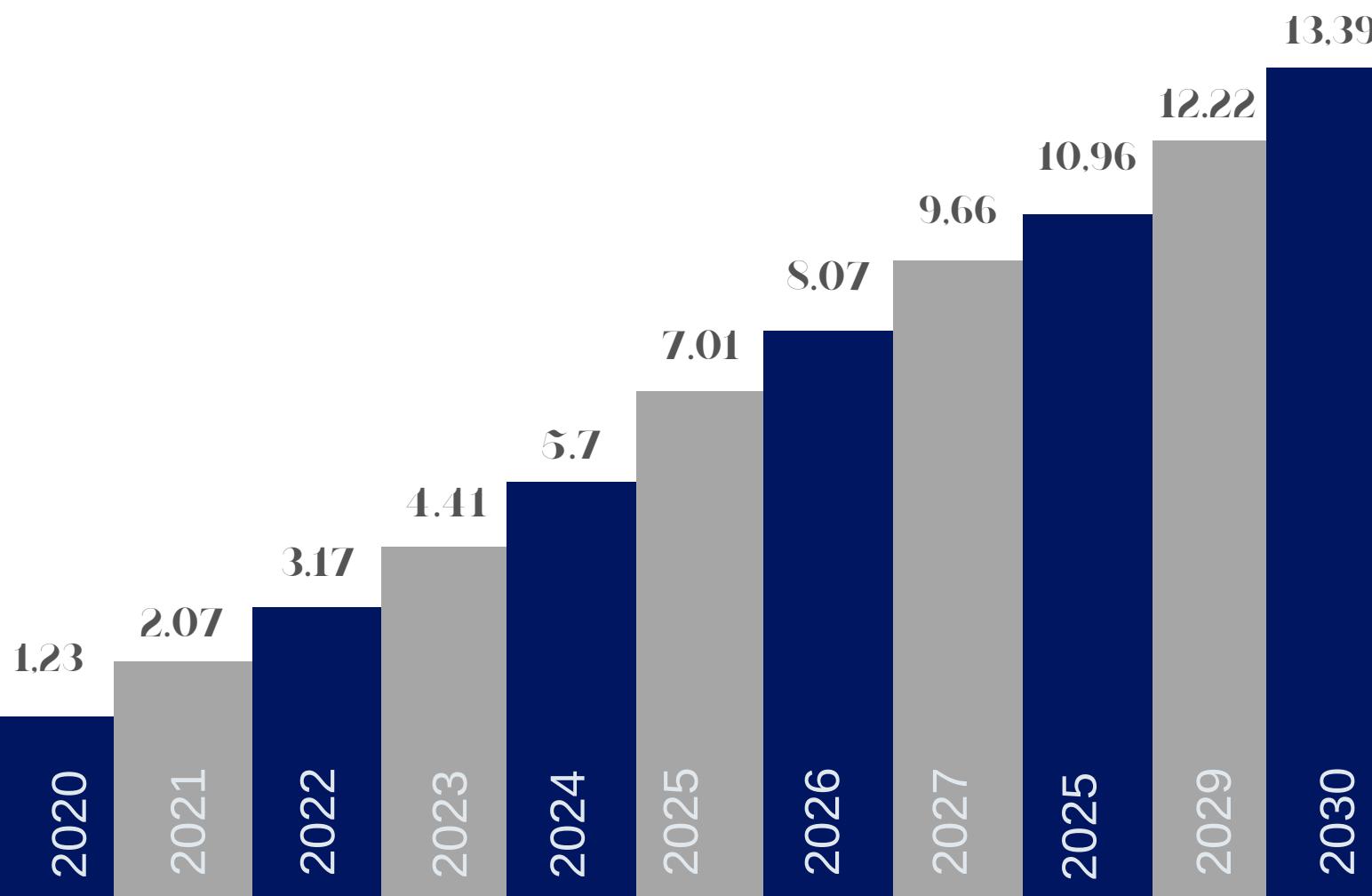
Em suma, o RPA não representa apenas uma evolução tecnológica, mas também uma oportunidade para as empresas redefinirem sua forma de operar. Com ela, é possível liberar talentos humanos, otimizar recursos e responder mais rapidamente aos desafios do cenário atual.

"A automação é uma decisão estratégica. Seja para crescer sem aumentar sua força de trabalho ou para ser mais eficiente, a automação permite que você avance sem atritos", conclui Herrera.

Tamanho do mercado global de automação de processos robóticos (RPA) de 2020 a 2030.

(em bilhões de dólares americanos)

Fonte: Mundial; 2020





A GESTÃO DE ENERGIA DEFINE O FUTURO DAS EMPRESAS

Entender o consumo de eletricidade é essencial para otimizar as operações, cumprir as regulamentações ambientais e liderar com responsabilidade climática.

P

ara muitas empresas, a energia representa uma das despesas operacionais mais significativas. No entanto, raramente recebe a atenção estratégica que merece. A eficiência energética permite que as empresas otimizem seus processos, melhorando sua competitividade no mercado. Mas, além disso, reduzir o consumo de energia significa menos emissões de gases de efeito estufa, menos dependência de fontes não renováveis e uma contribuição significativa para mitigar as mudanças climáticas.

Em 2023, o consumo global de energia atingirá um recorde de 620 exajoules, impulsionado principalmente pelo crescimento econômico e pela alta demanda de eletricidade em economias emergentes como a China, que liderou grande parte do aumento na última década.

Na América Latina, apesar dos abundantes recursos naturais e da crescente demanda devido ao desenvolvimento industrial e urbano, persistem ineficiências significativas no consumo e na gestão de energia. Essa lacuna não afeta apenas os custos, mas também representa uma barreira ao progresso em direção às metas de sustentabilidade.



"Ainda existem empresas que não têm uma ideia clara do seu próprio consumo de energia. Elas veem o gasto, mas não conseguem explicar por que ele aumenta ou diminui, nem sabem qual parte de suas operações está causando isso", explica Juan Felipe Puerta, gerente de marketing da Erco Energy, subsidiária da Neu Energy, empresa colombiana que oferece soluções digitais para a comercialização de energia elétrica, permitindo que seus clientes monitorem e otimizem seu consumo de energia em tempo real.



Quando uma empresa consegue visualizar graficamente quanta energia está usando em cada área ou processo, ela começa a se questionar: por que estamos consumindo mais nos fins de semana? É necessário manter determinados equipamentos ligados o dia todo? Podemos mudar hábitos ou implementar novas tecnologias? Porta diz. Esse tipo de informação facilita a identificação de ineficiências e permite o desenho de estratégias específicas para redução do consumo.

Além disso, o acesso a dados precisos facilita a conformidade com regulamentações ambientais, certificações e relatórios de sustentabilidade, cada vez mais exigidos em diversos setores. Pode até ser o primeiro passo para uma transição energética mais profunda, como a incorporação de fontes renováveis, modelos de autogeração ou esquemas de eficiência.

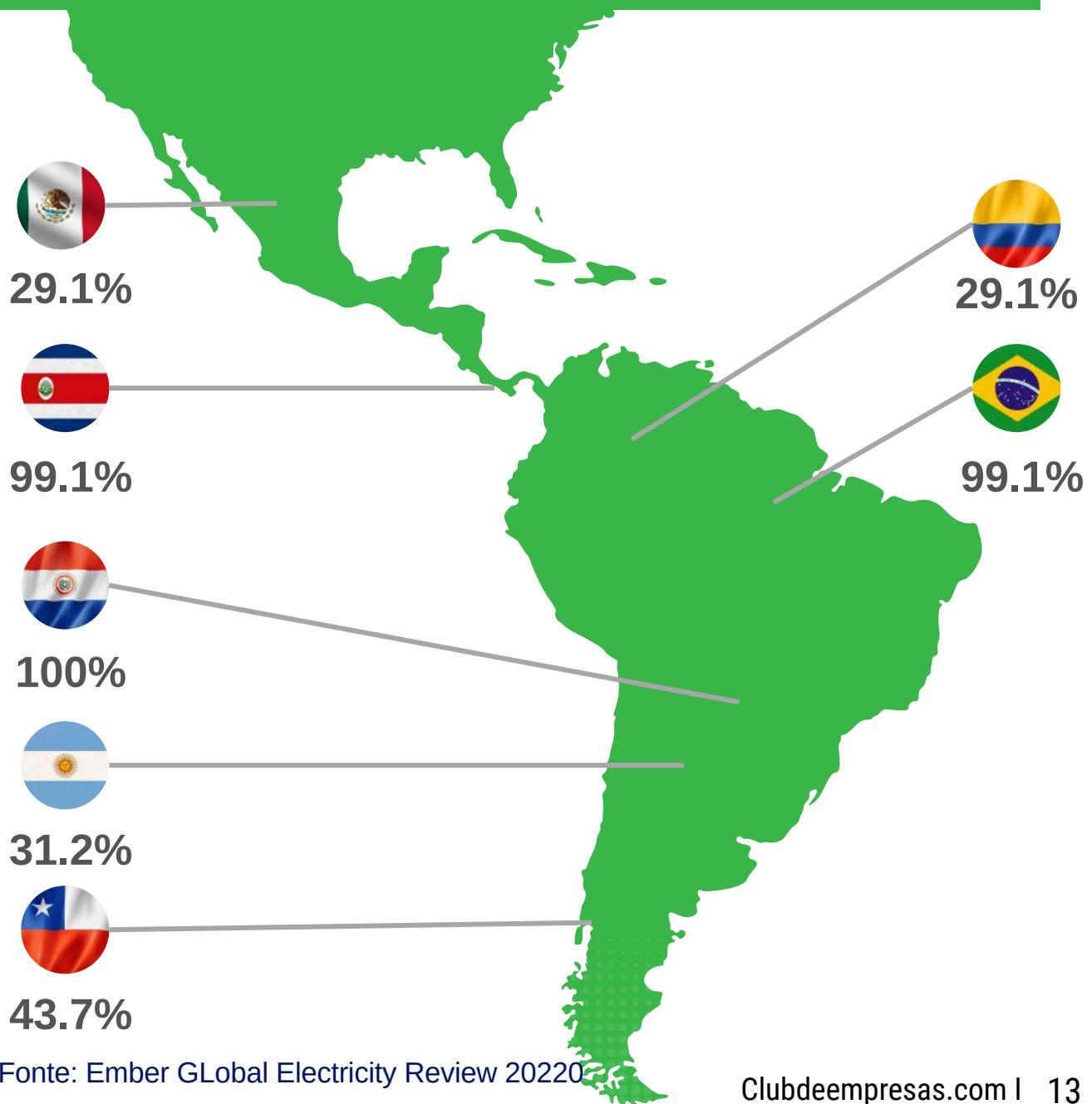
"Cada ação que tomamos hoje como empresas tem um impacto econômico, e essas decisões também farão a diferença no caminho em direção a um futuro energético mais sustentável", observa Puerta.

Em um ambiente de negócios cada vez mais competitivo e regulamentado, entender seu consumo de energia não é mais

uma opção: é uma necessidade. Ferramentas digitais que permitem essa visualização não apenas capacitam as empresas em suas decisões operacionais, mas também as posicionam como participantes ativos na luta contra as mudanças climáticas.

Eletricidade verde na América Latina

Eletricidade gerada por energia limpa em 2021



O FUTURO DA TECNOLOGIA DEVE SER CIRCULAR

A reforma de equipamentos e a reutilização de recursos estão mudando o cenário tecnológico.



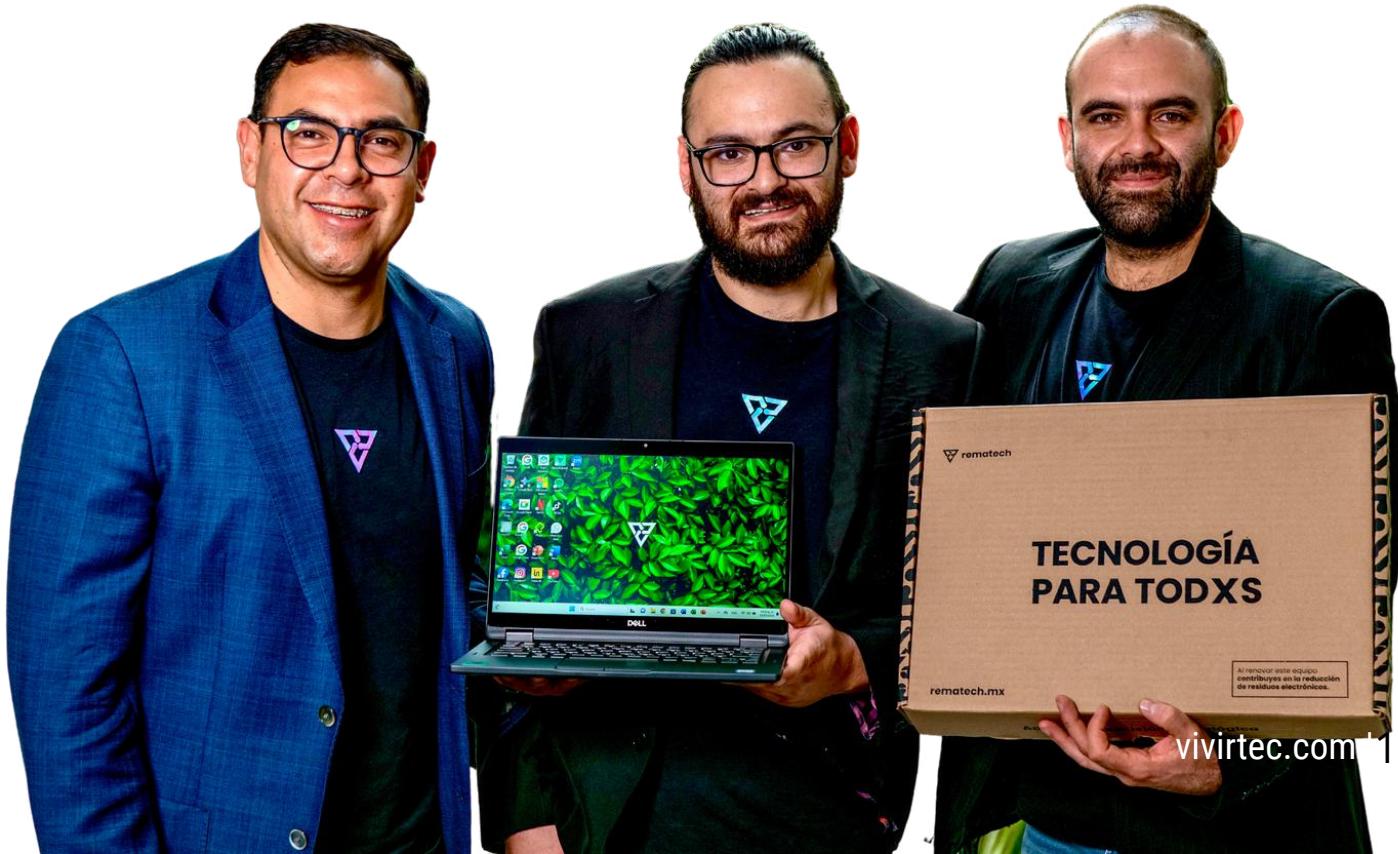
A

economia circular no setor de tecnologia está emergindo como uma estratégia fundamental para mitigar o impacto ambiental e promover a sustentabilidade. Este modelo busca minimizar o desperdício e maximizar a reutilização de recursos, transformando a maneira como os produtos tecnológicos são projetados, produzidos e reciclados.

"A economia circular nos permite repensar o ciclo de vida dos produtos tecnológicos, desde a concepção até o descarte final, garantindo que cada componente tenha uma segunda vida ou seja reciclado de forma eficiente", afirma Carlos Serranos, co-CEO e CGO da Rematech, empresa que faz parte do ecossistema Tecnologia Sustentável para Todos.



Esta empresa mexicana opera por meio de três marcas estratégicas: Rematech, focada na redistribuição de dispositivos eletrônicos recondicionados; Circular IT, responsável pelo processo de recuperação de equipamentos; e a Bridge IT, que desenvolve tecnologia para otimizar modelos circulares. **"Nosso objetivo não é competir com os grandes players do mercado, mas nos diferenciar com tecnologia e inteligência operacional"**, explica Serranos.



All reprocess this equipment contributes to the reduction of electronic waste.

No entanto, Serranos ressalta que um dos maiores obstáculos à tecnologia renovada é que as pessoas ainda não a consideram uma necessidade. "As pessoas não compram sustentabilidade, elas compram conveniência. Se você oferece um laptop a um preço acessível, elas o compram pela economia, não pelo impacto ambiental", ressaltando que esse tipo de consumo responde a prioridades imediatas e não a uma consciência ambiental geral.

Atualmente, estima-se que mais de 50 milhões de toneladas de lixo eletrônico sejam geradas anualmente no mundo todo, e menos de 20% são reciclados formal ou adequadamente. Isso representa uma ameaça ambiental e uma perda de recursos materiais e econômicos no valor de milhões.

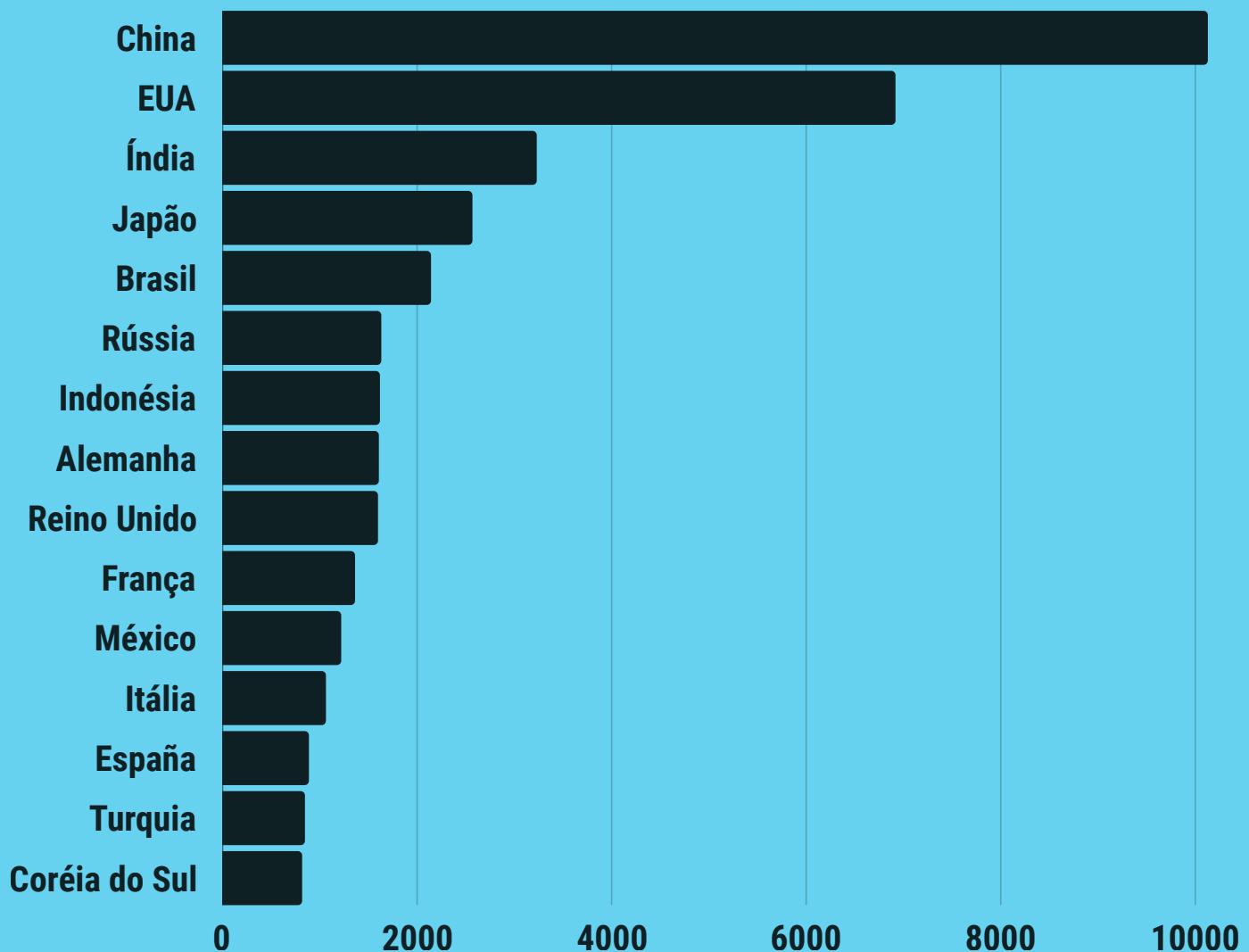


Mas, além dessa necessária mudança de mentalidade, Serranos enfatiza que não podemos avançar na sustentabilidade sem abordar a raiz do problema: a geração de resíduos. Na sua opinião, a economia circular deve deixar de ser uma solução reativa. "Enquanto houver desperdício, o problema não estará resolvido. O desafio é projetar para evitar a geração de desperdício na fonte", explica.

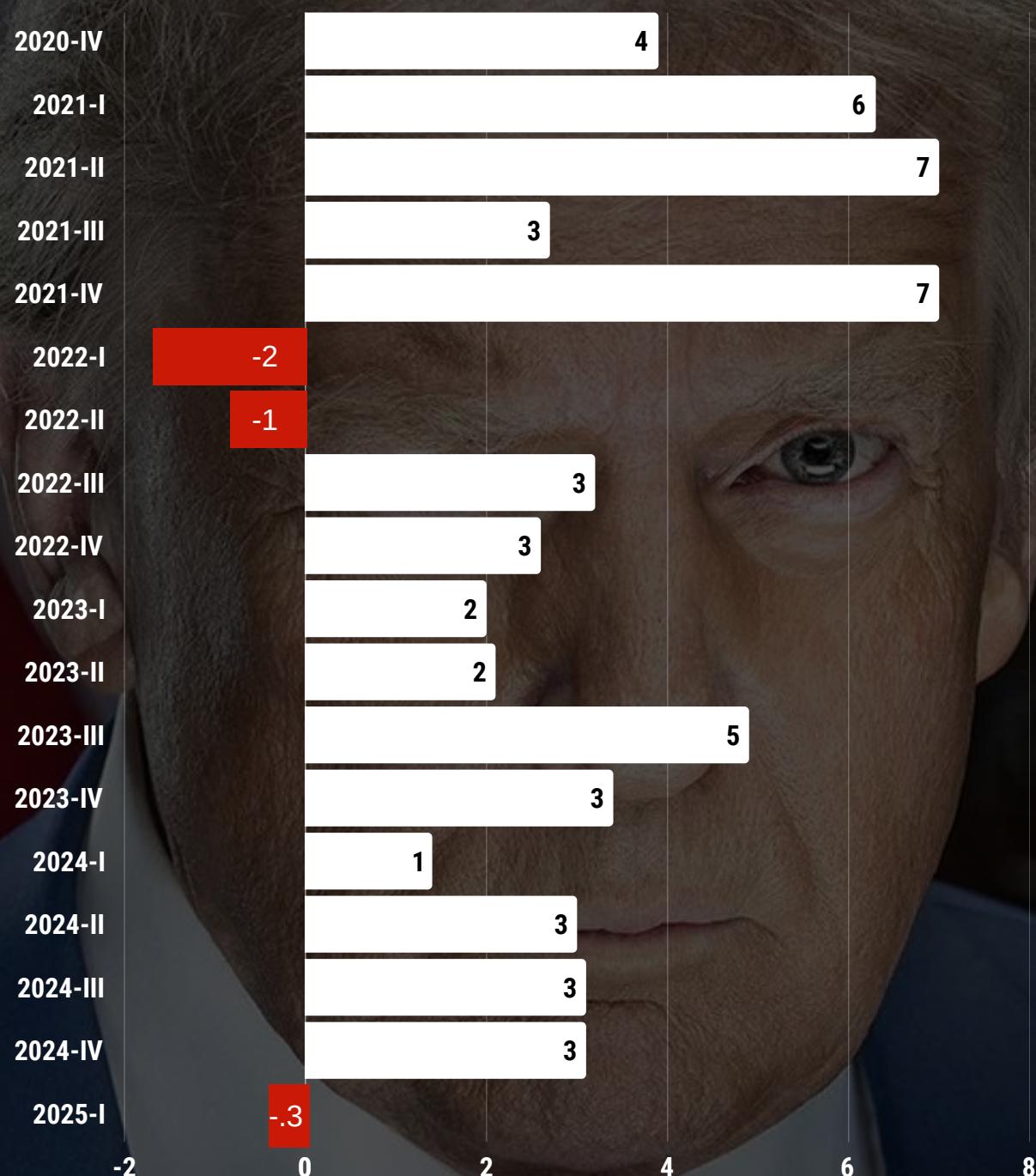
"A economia circular cria novos mercados, não substitui os existentes", observa o CEO. Por meio da reavaliação de produtos e recursos, a tecnologia se torna um fator-chave para a sustentabilidade. Nesse sentido, esse modelo não é apenas economicamente viável, mas também socialmente transformador.

Os países que mais geram resíduos eletrônicos

Classificação dos países por volume de lixo eletrônico gerado em 2019 (em milhares de toneladas métricas)



A ECONOMIA DOS EUA SE CONTRAI PELA PRIMEIRA VEZ DESDE 2022 EM MEIO À INCERTEZA SOBRE AS POLÍTICAS PRESIDENCIAIS.



Taxa percentual anualizada - série não sazonal
Fonte: Departamento de Comércio.



**Negocios
para
Negocios**

negociosparanegocios.com

O

ILUMINAÇÃO ARTIFICIAL

TRANSFORMA O CULTIVO DE ALIMENTOS

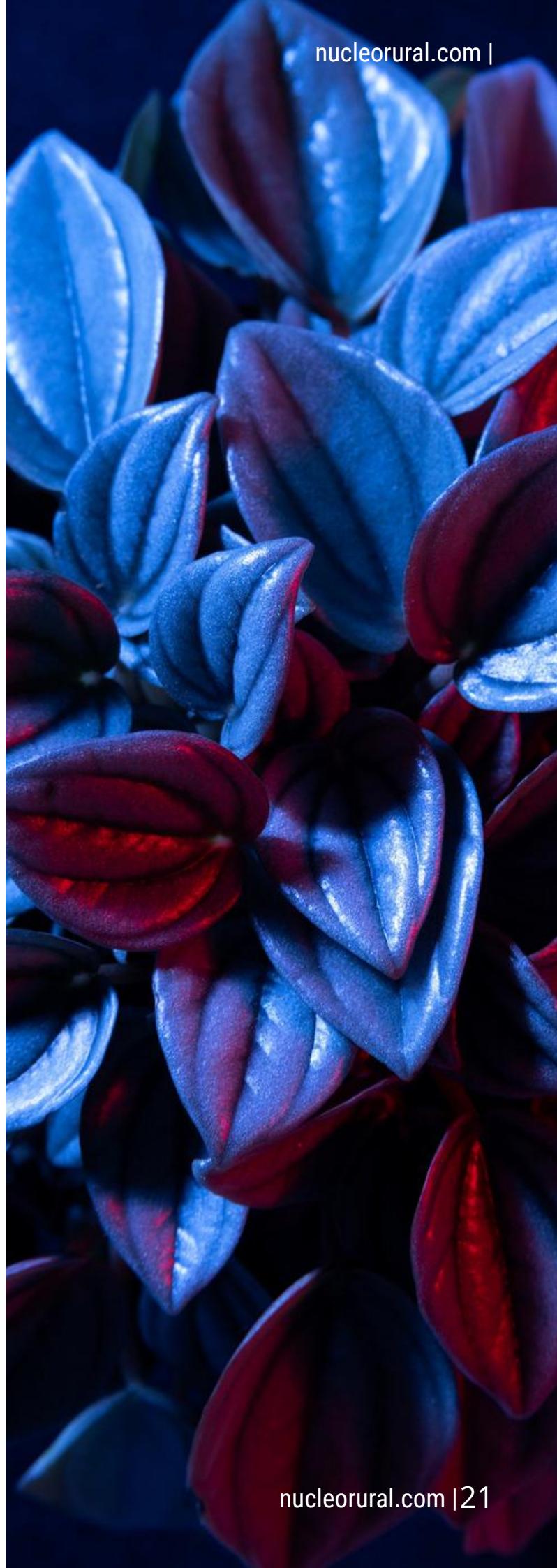
Com sistemas de LED adaptáveis e produção em ambientes controlados, a iluminação artificial permite colheitas mais eficientes, consistentes e sustentáveis durante todo o ano.

Diante da crescente necessidade de produzir mais alimentos de forma eficiente e sustentável, a agroindústria está adotando tecnologias que antes pareciam exclusivas da ficção científica. Uma das mais disruptivas é a iluminação artificial, que permite o cultivo sem depender de estações, clima ou localização geográfica.



Essa tecnologia ganhou destaque por sua capacidade de replicar e otimizar a luz solar usando sistemas de LED ajustáveis. De acordo com um relatório da empresa de pesquisa Market Research Future (MRFR), o mercado de iluminação agrícola foi avaliado em US\$ 11,7 bilhões em 2023 e deverá atingir de US\$ 30,5 bilhões a US\$ 42,7 bilhões até 2035, dependendo do cenário de crescimento.

O princípio por trás dessa inovação está na fotossíntese. As plantas respondem a diferentes comprimentos de onda: a luz azul (com comprimentos de onda entre 400 e 500 nanômetros) favorece o crescimento vegetativo, enquanto a luz vermelha (600–700 nm) é essencial para a floração e a frutificação. Até mesmo a luz ultravioleta e a luz vermelha distante têm efeitos positivos, desde a melhoria de nutrientes até o estímulo à germinação. Entender essas respostas permite que você personalize a luz de acordo com o tipo de cultivo e estágio de crescimento, algo impossível com a luz solar natural.



Exemplos práticos já mostram resultados surpreendentes. No Japão, a unidade de produção Mirai cultiva até 10.000 alfaces por dia em um sistema fechado com iluminação LED, reduzindo o consumo de água e energia. Em estufas de alta tecnologia, a luz artificial complementa a luz solar para estender as estações de cultivo e melhorar a produtividade de tomates, pimentões e flores.

As vantagens são amplas: aumento de produtividade, qualidade consistente, redução do uso de recursos como água e pesticidas e cultivo em áreas inadequadas para a agricultura tradicional. No entanto, também há desafios e preocupações significativos, principalmente o alto consumo e os altos custos de energia e os custos iniciais de investimento em sistemas de iluminação, levantando preocupações sobre a viabilidade econômica e a lucratividade.

No entanto, a iluminação artificial deixou de ser uma mera ferramenta complementar e se tornou um pilar fundamental da agricultura moderna. Com a ajuda da tecnologia LED e sua adaptabilidade, essa inovação se posiciona como um pilar fundamental no futuro da agroindústria. O desafio? Amplie-o de forma sustentável e torne-o acessível a mais produtores.



GESTÃO DE INFLUENCIADORES PARA AMÉRICA LATINA

hola@grupothepublic.com

+51 963 567 326



DAVIDA OSORES

“Desperdiçamos metade do que produzimos num país onde mais de 17 milhões de pessoas sofrem de insegurança alimentar.”



Com mais de uma década de trabalho, o Banco de Alimentos do Peru reafirma seu compromisso com um país mais justo e sem fome, promovendo novas formas de colaboração e doação.

Na América Latina, milhões de pessoas enfrentam a insegurança alimentar como uma realidade constante todos os dias. A região, uma das mais desiguais do mundo, produz alimentos suficientes para alimentar sua população, mas enfrenta índices alarmantes de fome, desnutrição e desperdício de alimentos. Essa contradição reflete uma falha estrutural que exige soluções urgentes e sustentadas.

"Aproximadamente 47,6% dos alimentos produzidos anualmente são desperdiçados. E cada vez que há desperdício de alimentos, estamos privando muitas pessoas da oportunidade de se alimentar. Nosso país não pode continuar a normalizar a fome", afirma Daniela Osores, gerente geral do **Banco de Alimentos do Peru (BAP)**.



Em países como o Peru, a situação é particularmente grave: 51,7% da população (aproximadamente 17,6 milhões de pessoas) vive em insegurança alimentar moderada ou grave. Além disso, seis em cada dez peruanos passaram um dia ou mais sem comer devido à falta de acesso a alimentos.

Diante dessa situação, o BAP reforçou seu compromisso com a campanha "A Fome Não é uma Escolha", iniciativa que busca fornecer 100 mil cestas básicas para mais de 7.200 pessoas em situação de vulnerabilidade.

"Nesses onze anos, conseguimos recuperar mais de 50.000 toneladas de alimentos. Atualmente, atendemos 80.000 pessoas por dia, mas buscamos atingir uma população cada vez maior, não apenas a população em situação de insegurança alimentar, mas também a população em extrema pobreza", enfatiza Osores.

Um dos problemas mais preocupantes, diz Osores, é a anemia infantil: "Em áreas como Loreto, localizada na Amazônia peruana, mais de 90% das crianças menores de três anos vivem com anemia. Não podemos falar em desenvolvimento quando milhões de crianças crescem sem acesso nem mesmo à menor e mais adequada nutrição", enfatiza. Para ela, o combate à desnutrição deve ser uma prioridade transversal, com participação ativa de todos os setores.



Seu modelo é baseado na recuperação de excedentes de empresas, supermercados e produtores agrícolas. Com uma década de trabalho ininterrupto, o BAP conseguiu entregar alimentos em boas condições para comunidades em todo o país. "Embora alcancemos 22 regiões do país, queremos atingir todo o Peru de forma mais consistente", diz ele.

Para Osores, essa fórmula não apenas responde a uma necessidade urgente, mas também demonstra que "a solidariedade pode ser organizada, profissionalizada e ter um impacto em larga escala". Sob sua liderança, a organização consolidou uma rede de mais de 400 empresas parceiras, além de uma base de voluntários que cresce a cada ano.

A campanha "A fome não é uma escolha" convida cidadãos a se tornarem doadores recorrentes, com contribuições a partir de 20 soles, que se traduzem diretamente em ração alimentares. "A conscientização sobre o desperdício de alimentos e a insegurança alimentar é a base para mobilizar a população para que ela possa participar e gerar mudanças", enfatiza o gerente.

Por isso, nos últimos anos, o BAP tem implementado oficinas de educação nutricional, reciclagem e empreendedorismo em comunidades vulneráveis. "Não se trata apenas de entregar alimentos; trata-se também de dar dignidade às pessoas, apoiá-las em seu caminho para a autossuficiência e garantir que as gerações futuras tenham melhores oportunidades", diz ele.





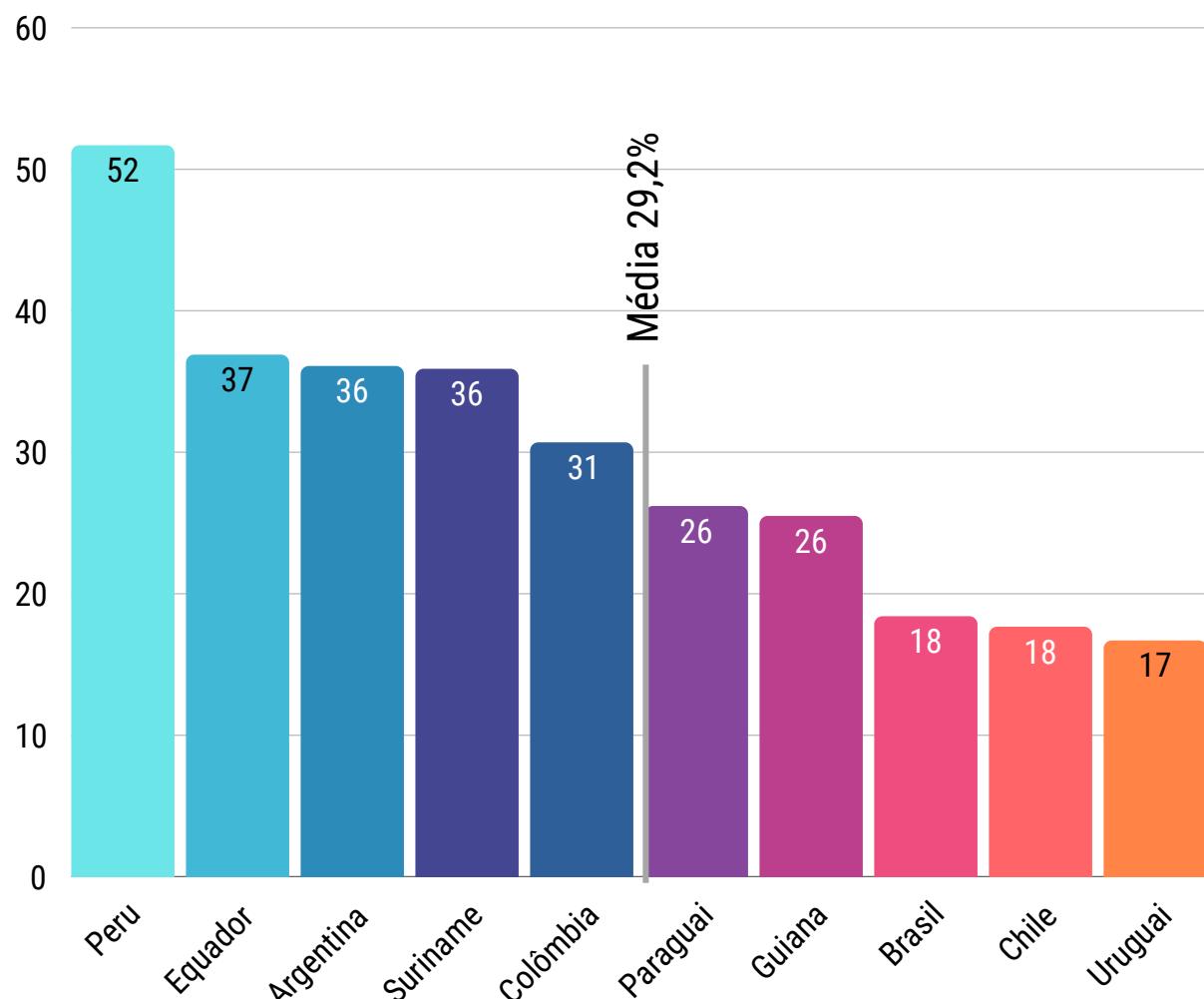
Há um grande interesse dos nossos parceiros, que não só doam alimentos, como também colaboramos em programas de marketing e publicidade. E, por meio de suas marcas, eles nos permitem posicionar o Banco de Alimentos. Infelizmente, ainda há muitas pessoas que desconhecem o nosso trabalho. É por isso que essas parcerias com grandes empresas são tão valiosas: elas nos dão grande visibilidade e nos ajudam a alcançar mais pessoas que podem se juntar a esta causa.

No entanto, Osores também enfatiza que a participação do setor privado é fundamental para expandir o escopo. Embora atualmente colaborem com grandes empresas, ainda há um enorme potencial a ser explorado. Ter mais empresas se juntando — seja por meio de doações, campanhas conjuntas ou apoio logístico — não só fortalece a capacidade operacional do BAP, mas também multiplica seu impacto social.

A fome não conhece idade, gênero ou local. Qualquer pessoa pode se ver, a qualquer momento, sem meios de se alimentar. Em meio a esse panorama, "A Fome Não É uma Escolha" ganha especial relevância como parte da comemoração do décimo aniversário do Banco de Alimentos do Peru. Seu apelo hoje busca mobilizar apoio para que comer deixe de ser um privilégio e finalmente se torne um direito garantido a todos.



Porcentagem de insegurança alimentar moderada na América do Sul.



O relatório não inclui Bolívia e Venezuela

Elaborado pelo Centro Peruano de Estudos Sociais (CEPES) com base no último relatório FAO SOFI 2024

CIDADES COM MAIOR RIQUEZA

Fonte New World Wealth, Henley & Partners

1 Nova York

2 São Francisco

3 Los Angeles

8 Chicago

4 Londres

10 Paris

5 Hong Kong

7 Pequim

10 Xangai

6 Cingapura



384 500 milionários.

66 billionários

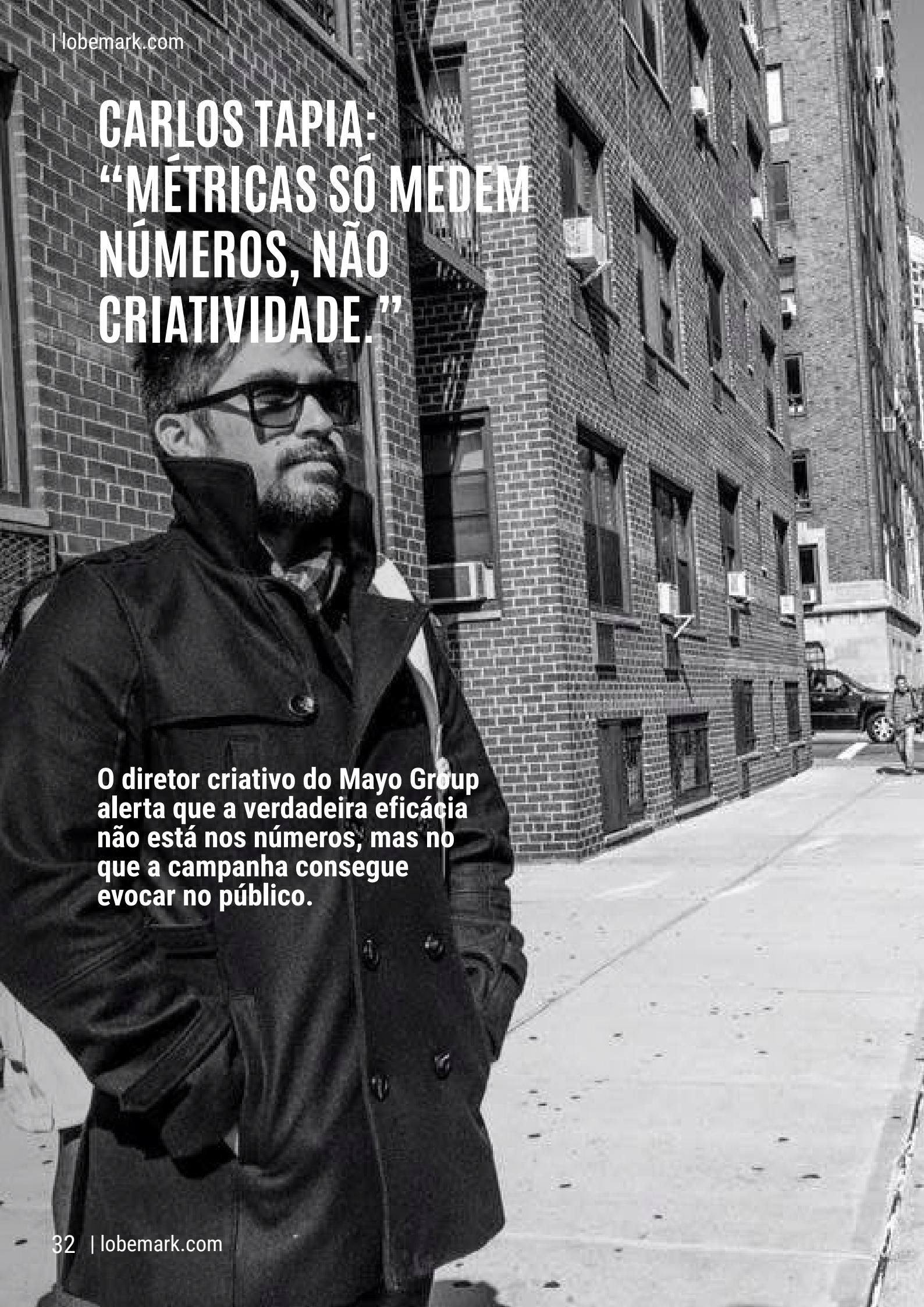
818 centimilionários

Lobe
Mark

MAIS
CRIATIVIDADE
MAIS

lobemark.com

CARLOS TAPIA: “MÉTRICAS SÓ MEDEM NÚMEROS, NÃO CRIATIVIDADE.”



O diretor criativo do Mayo Group alerta que a verdadeira eficácia não está nos números, mas no que a campanha consegue evocar no público.

H

oje em dia, medir o impacto real de uma campanha publicitária exige olhar além de cliques, conversões ou visualizações. Quando a narrativa se torna uma ponte para gerar experiências compartilhadas e construir fidelidade, os indicadores tradicionais ficam aquém.

"Antes, a única maneira de mensurar era o boca a boca. No Peru, quando você fazia um comercial de sucesso, programas de humor ou jornalísticos falavam sobre as campanhas comerciais durante o fim de semana. Assim, você sabia quais eram as mais importantes", lembra Carlos Tapia, diretor executivo regional de criação do Mayo Group. Este fenômeno não foi exclusivo do Peru; Toda a América Latina compartilhou essa forma de validar o sucesso publicitário com base no reconhecimento popular.

Embora algoritmos e plataformas digitais ditem regras sobre como reter a atenção, Tapia alerta contra subestimar o valor emocional que uma marca pode ter para uma comunidade. "Métricas só medem números", ele observa, mas acrescenta que a eficácia de uma campanha deve se concentrar na profundidade e na criatividade do que está sendo contado, não apenas em seguir fórmulas pré-definidas.



Nesse sentido, cada vez mais agências e marcas estão investindo em métricas que tentam capturar algo além do desempenho técnico: o engajamento emocional. Alguns já falam em “métricas de paixão” para se referir a indicadores que refletem o quanto de apego ou identificação as pessoas sentem em relação a uma marca. Elas buscam entender a maneira como uma história é compartilhada, comentada ou mesmo culturalmente apropriada.

Além disso, avanços em inteligência artificial e ferramentas de análise emocional começaram a fornecer novas maneiras de medir esse impacto simbólico. Tecnologias como reconhecimento facial, análise de voz e rastreamento ocular permitem detectar microexpressões e emoções genuínas em uma peça publicitária.

“Muitas vezes vemos campanhas que fazem sucesso nas redes sociais, acumulando milhões de visualizações, mas não oferecem nada em termos criativos. Elas funcionam porque seguem as fórmulas das plataformas à risca, mas onde está a história?”



No entanto, Tapia alerta que essas ferramentas devem ser usadas criteriosamente: **"A inteligência artificial é muito boa, mas não substitui a sensibilidade humana nem a compreensão profunda das emoções e dos códigos compartilhados que tornam uma comunidade única".**

A publicidade, mais do que uma indústria de resultados mensuráveis, deve ser uma extensão da identidade cultural e pessoal de quem a cria. Trabalhar com paixão, comprometimento e autenticidade é, segundo Tapia, a verdadeira fórmula para construir campanhas que não só vendam produtos, mas também deixem uma marca na memória coletiva.



"Estamos em um momento em que a publicidade corre o risco de se tornar completamente mecânica. Se o conteúdo não se enquadra nos parâmetros ditados pelas plataformas, é simplesmente descartado, independentemente do seu valor emocional ou simbólico."



ÁREAS DE INVESTIMENTO DAS EMPRESAS LÍDERES

Em quais áreas as empresas líderes estão investindo mais?



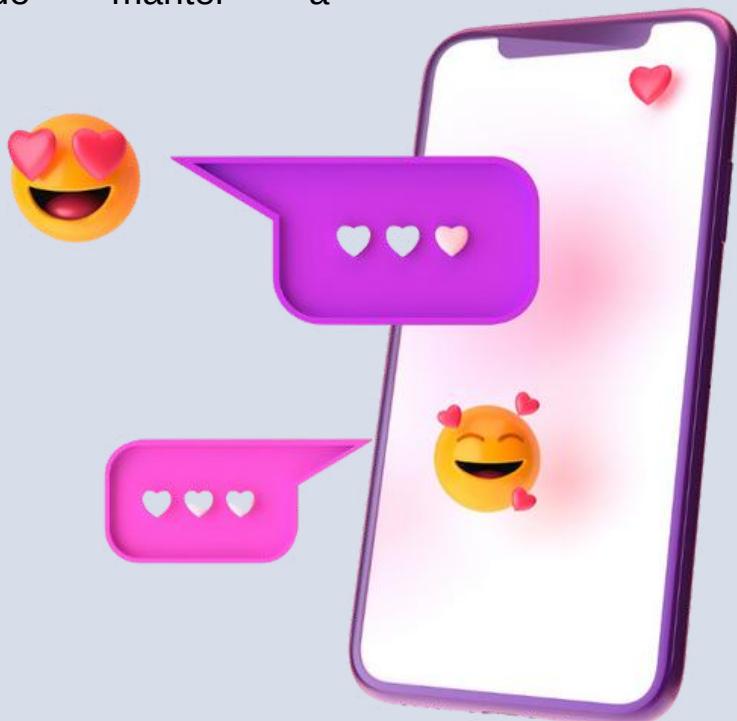
TEMOS UMA
CAPACIDADE DE
ATENÇÃO CADA VEZ
MENOR DEVIDO ÀS
MÍDIAS SOCIAIS.



Entre 2000 e 2013, a capacidade média de atenção diminuiu de 12 para 8 segundos, um problema que piorou com o surgimento de plataformas de vídeos curtos.

Na era digital, a tecnologia se tornou um elemento fundamental da vida cotidiana, transformando a maneira como as pessoas se comunicam, acessam informações e se entretem. No entanto, essa conectividade constante trouxe consigo um desafio cada vez mais evidente: a dificuldade de manter a concentração.

A exposição constante a uma variedade de estímulos pode fragmentar a atenção e dificultar a manutenção do foco em tarefas que exigem uma imersão mais profunda. A própria estrutura dessas plataformas, com seus fluxos infinitos de conteúdo, notificações constantes e uso de algoritmos de personalização, parece treinar o cérebro para buscar novidades e gratificação instantânea.



As plataformas de mídia social se tornaram profundamente integradas às rotinas diárias de milhões de pessoas ao redor do mundo. Embora essas plataformas ofereçam benefícios inegáveis, seu design e a natureza de seu conteúdo apresentam desafios significativos para nossas habilidades cognitivas.

De acordo com o relatório da Microsoft, Microsoft Canada Consumer Insights (2015), entre 2000 e 2013, a capacidade média de atenção humana diminuiu de 12 para 8 segundos, coincidindo com o surgimento das mídias sociais. E as mídias sociais são intrinsecamente projetadas para capturar e manter a atenção dos usuários.

Em particular, o aumento de conteúdo de vídeo de formato curto nos últimos anos, como TikTok, Instagram Reels e YouTube Shorts, pode estar condicionando o cérebro a mudar rapidamente a atenção, dificultando o foco em tarefas mais longas e exigentes.

De acordo com uma pesquisa publicada no jornal britânico The Guardian em 2024, vários estudos da Harvard Medical School e do King's College London mostraram que esses tipos de formatos de vídeo curtos estão reduzindo nossa massa cinzenta, encurtando nossa capacidade de atenção, enfraquecendo nossa memória e distorcendo nossos processos cognitivos.

O apelo das mídias sociais se deve em grande parte à sua capacidade de ativar o sistema de recompensa do cérebro. Cada interação nessas plataformas desencadeia a liberação de dopamina, um neurotransmissor ligado ao prazer e à recompensa. Esse fenômeno reforça o desejo de continuar interagindo, o que pode levar a comportamentos compulsivos de verificação.



Neurocientistas apontam que esse mecanismo é semelhante ao do vício, pois o cérebro se acostuma a receber gratificação imediata, o que fomenta a dependência psicológica. De acordo com um estudo do Observatório Nacional de Tecnologia e Sociedade, 11,3% das pessoas entre 15 e 24 anos correm alto risco de uso compulsivo de mídias sociais.

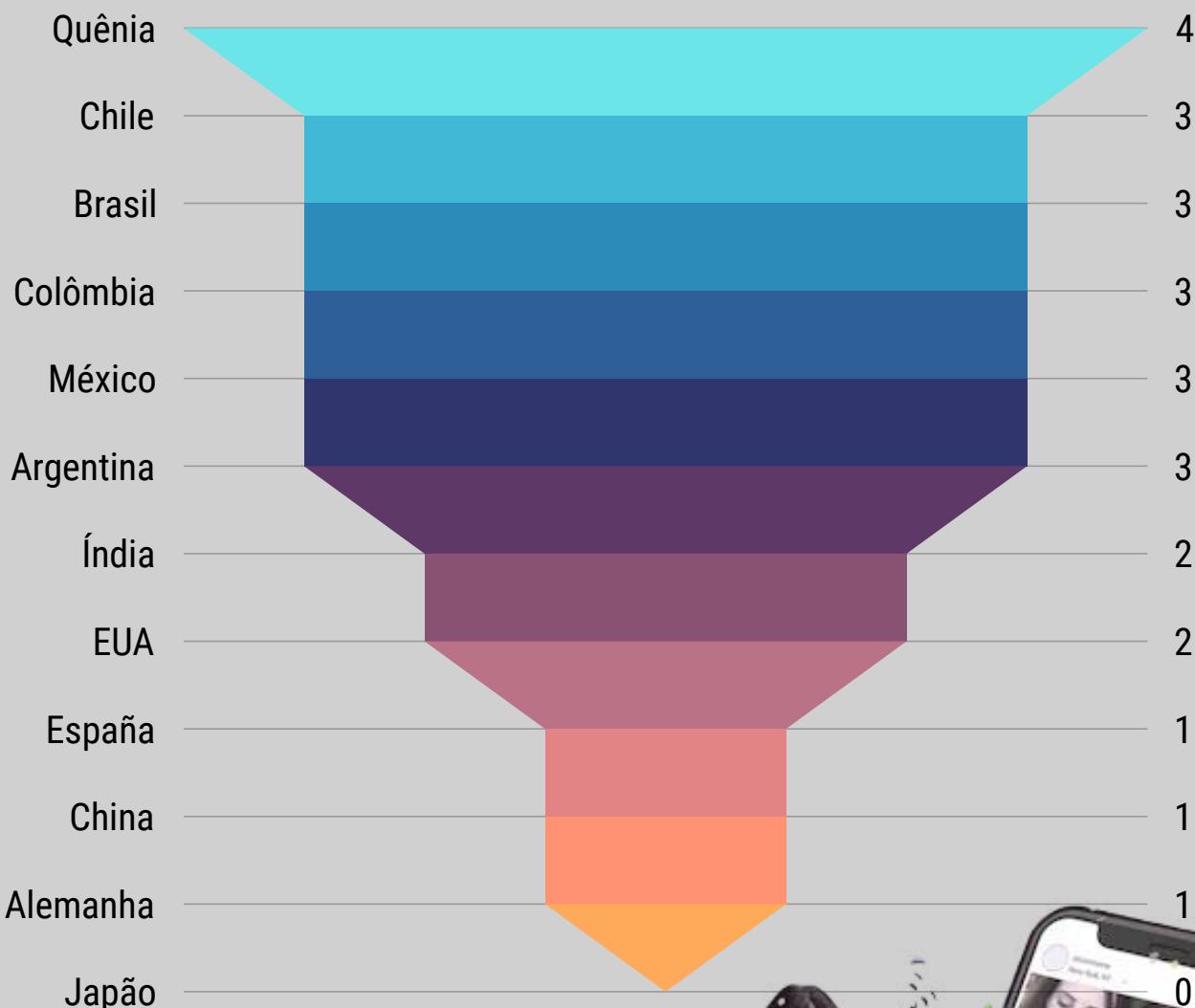
A dificuldade de concentração na era digital é um desafio complexo e multifacetado. O design das mídias sociais, impulsionado por algoritmos que buscam maximizar o engajamento, pode condicionar os usuários a terem menor capacidade de atenção e buscar constantemente gratificação instantânea.

Enfrentar esse desafio exige aumentar a conscientização sobre os mecanismos de distração, promover a alfabetização digital e, potencialmente, implementar medidas regulatórias que promovam um uso mais saudável e equilibrado da tecnologia na sociedade moderna.



Quanto tempo é gasto nas redes sociais?

Tempo médio diário gasto em mídias sociais em 2024 em horas e minutos.



Fonte: Relatório de dados do Índice Global da Web





**VOCÊ NÃO
SALVA O
PLANETA.
VOCÊ SE SALVA.**

PLANETAENVERDE.COM

FUNGOS TRANSFORMAM RESÍDUOS EM MATERIAIS BIODEGRADÁVEIS



Por meio do micélio, a rede de raízes dos fungos, é possível combinar resíduos orgânicos e convertê-los em materiais sólidos, compostáveis e livres de microplásticos.

O

s resíduos orgânicos representam grande parte dos resíduos gerados diariamente em residências e indústrias. Muitas vezes considerados inofensivos e biodegradáveis, o acúmulo desses resíduos é um sério problema ambiental, pois podem contaminar a água, o ar e o solo.

Em países como o Chile, mais de 50% dos resíduos urbanos são matéria orgânica, segundo o Ministério do Meio Ambiente (MMA). A prática predominante de descartar esses resíduos em aterros sanitários não é apenas ineficiente em termos de utilização de recursos, mas também cria problemas de poluição e riscos ambientais.



A resposta a esse desafio se materializou na aplicação de uma tecnologia biológica fascinante: o uso do micélio fúngico como agente aglutinante para transformar resíduos orgânicos em diversos tipos de materiais. Essa inovação se baseia na capacidade natural do micélio, a rede de filamentos que constitui a parte vegetativa dos fungos, de crescer através de substratos orgânicos e uni-los, formando um material compósito sólido.

“A funcionalidade do micélio varia dependendo de sua cepa, origem e composição do substrato. Por exemplo, um substrato leve é usado para embalagens para facilitar o transporte, enquanto um substrato mais pesado pode ser usado para produtos decorativos. No entanto, esse material é muito versátil e pode ter milhares de aplicações”, afirma Lorenza Zanoni, CEO da Fungaltech, uma startup chilena inovadora especializada no uso de micélio para desenvolver produtos como embalagens biodegradáveis.

Por serem 100% compostáveis e biodegradáveis, os produtos derivados desse material não geram microplásticos nem contaminam o solo ou a água. Além disso, sua produção tem baixo impacto ambiental, pois não requer o uso de produtos químicos nocivos e pode se decompor naturalmente em um curto período de tempo.



Mini Plantador BioMyc

Em relação à durabilidade, Zanoni afirma que: "Depende da cepa utilizada e da funcionalidade desejada. Alguns materiais que desenvolvemos têm durabilidade comprovada de mais de cinco anos, tanto para uso interno quanto externo. Além disso, testamos boias feitas com micélio que resistiram a condições adversas em águas abertas, demonstrando sua capacidade de adaptação a ambientes aquáticos."

Entretanto, a adoção desse tipo de biomaterial ainda apresenta desafios significativos no mercado. Lorenza Zanoni reconhece que um dos maiores desafios é a concorrência de produtos à base de plástico sintético, que atualmente dominam o mercado. "Embora o micélio tenha grande potencial, ele ainda não consegue competir diretamente com esses materiais em termos de durabilidade e resistência, mas seu desenvolvimento continua avançando", observa ele.

Ser pioneiro é sempre um desafio, mas acredito que conseguimos criar uma onda de empreendedores dispostos a desafiar a tradição. O material já está consolidado no ecossistema e essa solução já foi proposta. Agora, precisamos apenas que mais players se juntem e repliquem, o que permitirá que esse material seja utilizado global e massivamente, de forma mais econômica e competitiva.



COMEÇAR UM
NEGÓCIO É FÁCIL

CLUBDEEMPRESAS.COM



ConStyling.com
BELEZA SUSTENTÁVEL

5

GADGETS

QUE ESTÃO
MUDANDO O
BEM-ESTAR
PESSOAL



ESSES DISPOSITIVOS TORNAM O AUTOCUIDADO MAIS PRECISO, ACESSÍVEL E PERSONALIZADO DO QUE NUNCA.

O cenário da tecnologia da saúde está passando por uma transformação sem precedentes, marcada por uma crescente convergência entre tecnologia e assistência médica. Essa evolução transcendeu os dispositivos médicos tradicionais, inaugurando uma nova era de aparelhos de saúde focados no consumidor.

Esses avanços tecnológicos se alinham com uma tendência de assistência médica personalizada e preventiva, onde desempenham um papel fundamental no monitoramento de métricas de saúde, na melhoria do sono e na promoção de hábitos alimentares saudáveis. Estes são 5 gadgets que permitem que as pessoas assumam o controle de sua saúde de forma proativa, conveniente e com maior precisão:



Colher elétrica Kirin

O alto consumo de sódio representa um problema com consequências graves como pressão alta, derrames, insuficiência cardíaca, entre outros. Por esse motivo, a empresa japonesa Kirin Holdings lançou esta colher em 2024. Ela usa impulsos elétricos suaves para estimular os receptores gustativos da língua e realçar o sabor salgado dos alimentos, reduzindo assim o consumo de sal.



Projetados para melhorar a qualidade do sono, esses fones de ouvido reproduzem sons suaves a noite toda sem precisar estar conectados a um smartphone. Além disso, eles são equipados com sensores adicionais de luz, ruído e temperatura para monitorar fatores ambientais que podem afetar negativamente a qualidade do sono.

Fones de ouvido Ozlo Sleepbuds

Anel Circular 2

Este anel inteligente combina elegância e funcionalidade, oferecendo monitoramento abrangente da saúde, incluindo detecção de fibrilação atrial aprovada pela FDA, monitoramento do sono, monitoramento do estresse, níveis de oxigênio no sangue e monitoramento da frequência cardíaca — tudo sem assinatura.



iSleePad

O iSleePad é um colchonete inteligente que oferece monitoramento do sono sem contato. Ele usa tecnologia de detecção de micro-ondas de baixa potência (LPMS) para monitorar a frequência cardíaca e a respiração sem contato com a pele. Ele também incorpora um gerador de ressonância Schumann, que visa promover um sono profundo e reparador.



Amazfit Vital

Embora ainda seja um protótipo e com lançamento previsto para breve, este dispositivo compacto registra suas refeições com uma câmera integrada, fornecendo informações nutricionais detalhadas sem a necessidade de entrada manual. Ele será integrado ao aplicativo Zepp para monitoramento completo da dieta com apenas uma foto.



Esses dispositivos representam uma nova era na área da saúde, onde a prevenção e o monitoramento contínuo são integrados ao nosso dia a dia de forma discreta e eficaz. A saúde do futuro está agora ao nosso alcance.





NR NucleoRural

**Cultivando caminhos
para o crescimento.**

nucleorural.com

Esculturas que capturam o tempo e o movimento

A artista mexicana Miriam Pérez Guerrero fez do metal sua linguagem para capturar movimento, mitologia e sua paixão pela arte.



Desde pequena, Miriam Pérez Guerrero sabia que a arte era seu caminho. Bastou um giz de cera nas mãos para entender que seu destino estava ligado à cor, à forma e à transformação. “Toda a minha vida foi desenhar, colorir, moldar”, diz ele com a certeza de quem não se lembra de um começo porque simplesmente nasceu artista.

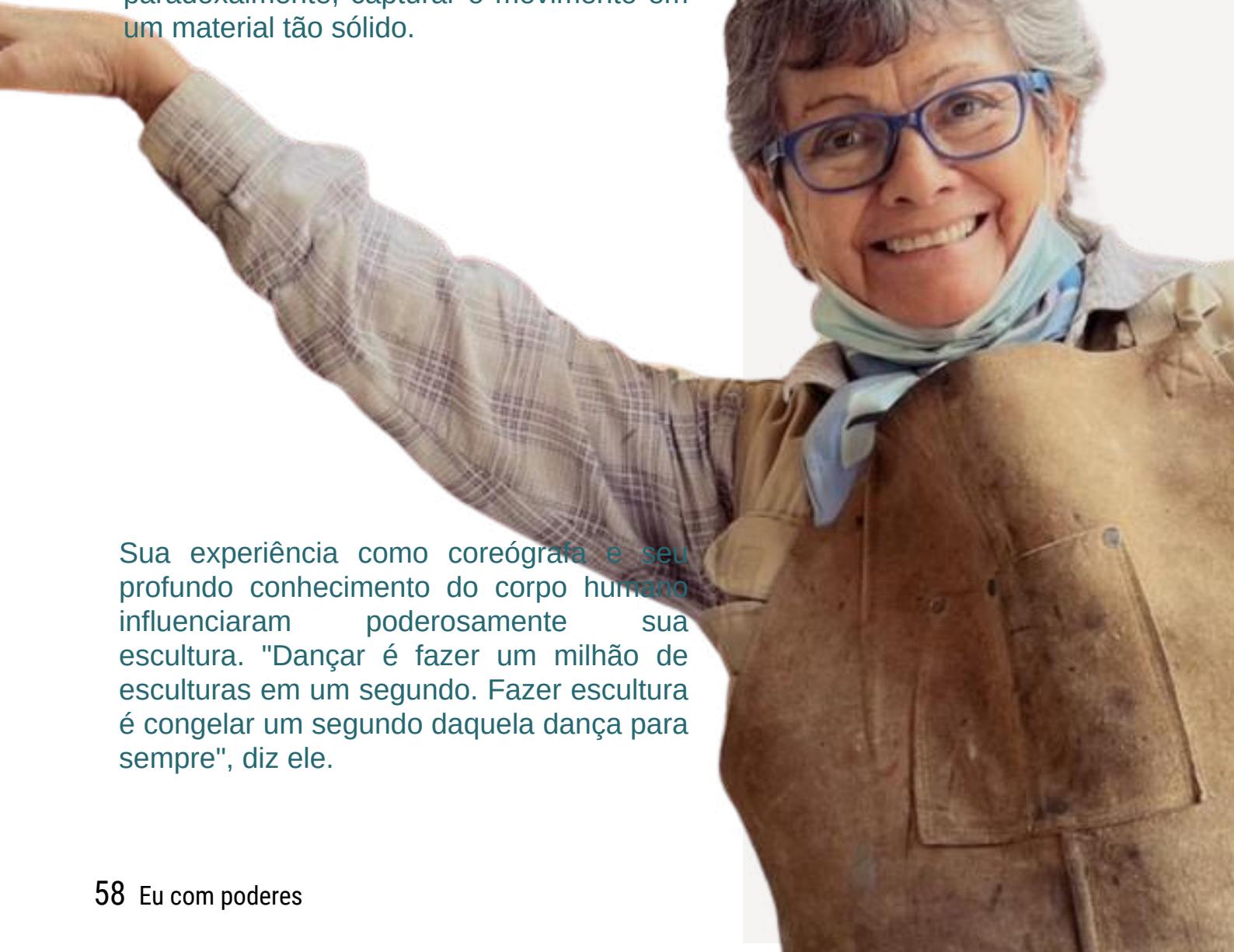
Natural de Mérida, Yucatán, México, Miriam desenvolveu uma inclinação pelas artes desde cedo. Sua formação artística se consolidou na prestigiosa Academia San Carlos, Escola Nacional de Artes Plásticas (ENAP), onde adquiriu sólida base nas práticas artísticas tradicionais.

Assim, Miriam defende a educação artística com convicção, lamentando que muitos jovens hoje desconsiderem a tecnologia na busca pela própria voz. Para ela, as duas coisas devem andar de mãos dadas: talento e habilidade.



“Sou uma mulher que respeita muito a educação. É claro que nem todos os artistas são bons professores, nem todos os bons professores são bons artistas, mas você precisa saber quando um artista está te ensinando. Isso é muito importante.”

Ao longo de sua carreira, ele explorou diferentes materiais, mas foi nos metais — especialmente no bronze — que ele encontrou sua linguagem. Ao contrário do barro ou do vidro, cuja fragilidade e peso impunham limites, o bronze lhe oferecia a liberdade de suspender formas no ar e, paradoxalmente, capturar o movimento em um material tão sólido.



Sua experiência como coreógrafa e seu profundo conhecimento do corpo humano influenciaram poderosamente sua escultura. "Dançar é fazer um milhão de esculturas em um segundo. Fazer escultura é congelar um segundo daquela dança para sempre", diz ele.

Assim, Miriam foi reconhecida tanto no México quanto no exterior por seu excelente trabalho em escultura em metal. Em 2016, conquistou o primeiro lugar por unanimidade na Bienal de Escultura de Valldoreix, em Barcelona, Espanha. No ano seguinte, recebeu o Prêmio Internacional de Escultura Andrés Villa Pérez em Villademiro, Burgos, Castela e Leão, por sua destacada trajetória.

Suas obras são exibidas em vários espaços públicos e museus. Entre elas estão a Danza, localizada no Circuito Pan-Americano de Atletismo de Guadalajara e no Complexo Cultural da Universidade Autônoma Benemérita de Puebla; Kukulcán, o voo da serpente, em San Diego, Califórnia; Wheels of Time, no Museu do Automóvel em El Paso, Texas; e The Sun Chariot, em Cuernavaca, Morelos.

Além da forma, seu trabalho é profundamente imbuído de simbolismo. Influenciada pela mitologia maia, mexicana e greco-romana, ela encontra nessas visões de mundo uma fonte constante de reflexão. O mito e a metáfora do crescimento espiritual se tornam um símbolo tangível através do bronze e do aço.

Miriam nunca parou de criar; Sua obra é um testemunho constante de uma vida dedicada à arte. “O talento é uma sementinha que Deus nos dá, mas temos que plantá-la em terra boa, adubá-la, regá-la”, diz ele sabiamente. Para Miriam, esse fertilizante se chama técnica, trabalho e experimentação. Porque a arte, assim como a vida, também exige disciplina e paixão.



THE PUBLIC

MARKETING DE CONTEÚDO

que posiciona marcas

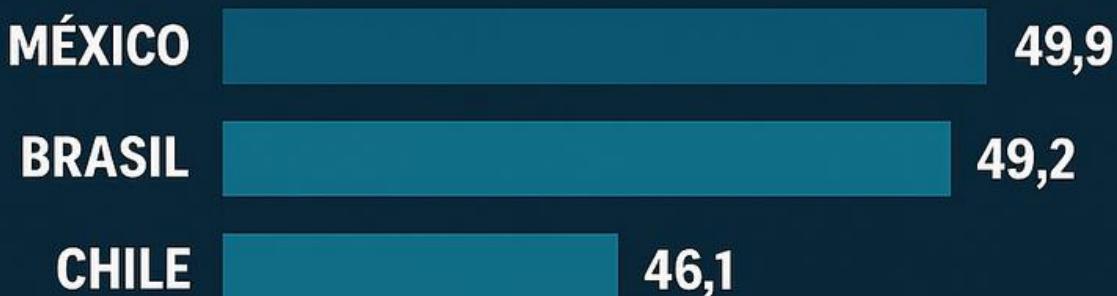
www.grupothepublic.com

+51 963 567 326



NÍVEL DE CONFIANÇA EMPRESARIAL NA AMÉRICA LATINA (1T 2025)

No setor industrial



FATORES INFLUENTES



Inflação e taxas de juros



Demanda setorial e restrições materiais

INSIGHTS PRINCIPAIS

- Baixa confiança geral: A maioria das economias permanece pessimista com pontuações abaixo de 50
- Divergências regionais: Setores locais mais otimistas, exceto mineradoras no Chile e de laranjas no México
- Taxas de juros: Fatores financeiros e sociais limitam as perspectivas empresariais em países dependentes

THE PUBLIC



**DIFERENCIAÇÃO
PARA SUA MARCA**

Negocios
para
Negocios

Vivir
tec

Lobe
Mark

Señor
Noticia

● PLANETA
EN VERDE

● Cobertura **Noticiosa**

● Club de Empresas

Ejecutivo **POWER**

CON PODERES

COMUNICACION Y +AS

Noticiero E

NR Nucleo **Rural**

Con **Styling.**

MEGAMETROPOLI

Equipe de vendas
+51 963 567 326
olá@grupothepublic.com