

NOVEMBRO DE 2023

THE PUBLIC

No.3

ENTREVISTA

GABRIELA FRIAS

PERU MODA

COBERTURA
ESPECIAL

TENDÊNCIAS

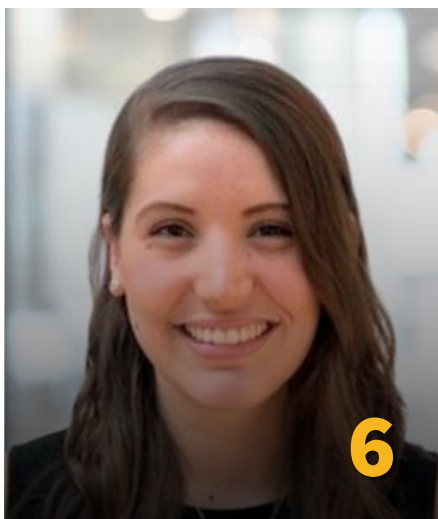
CIDADES DO
FUTURO RUMO
A 2050

SAÚDE MENTAL

CHAVES PARA
LIDAR COM O
ESGOTAMENTO

CONTENTE

NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



CREZE: “NOSSO OBJETIVO É DAR MAIORES OPORTUNIDADES ÀS EMPRESAS”

O maior acesso ao crédito favorece o crescimento das PME, permitindo-lhes investir em expansão e tecnologia para competir no mercado.

NÚCLEO RURAL



Com a evolução da tecnologia, a distribuição agrícola está sendo transformada e os processos otimizados.

CLUB DE EMPRESAS

REVOLUÇÃO DIGITAL NA COMERCIALIZAÇÃO DE MEDICAMENTOS

A pandemia acelerou o comércio eletrônico de medicamentos e empresas como a Fracción estão a liderar a mudança.



ESPECIAIS



Cidades sustentáveis e sustentáveis são o melhor legado para as gerações futuras

VIVIR TEC

PROMOVER O TALENTO FEMININO PARA REDUZIR A LACUNA TECNOLÓGICA

Na luta para reduzir a disparidade de gênero, o Laboratório lidera a mudança para a inclusão, promovendo a participação das mulheres na tecnologia.



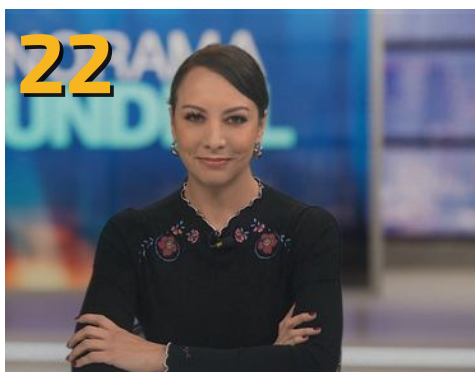
CONTENTE

42

MODA ESPECIAL DO PERU

ENTREVISTA EXCLUSIVA

22



**GABRIELA FRIAS:
“MINHA CARREIRA TEM
SIDO UMA AVENTURA
MARAVILHOSA”**

A renomada jornalista mexicano-americana nos conta sobre o jornalismo, como vivencia cada entrevista e sua ligação com cada acontecimento mundial.

PLANETA EN VERDE

38



**Desplastificar e reciclar:
chaves para um futuro
sustentável**

LOBEMARK

**VOZES FEMININAS ESTÃO
REDEFININDO A NARRATIVA
PUBLICITÁRIA**

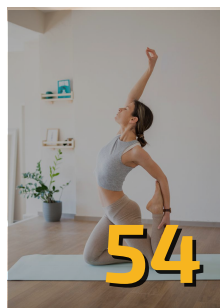
Falámos com Arah Kim, uma criativa mexicana, cujo trabalho reflete a luta pela inclusão, diversidade e igualdade de género.

28



CONSTYLING

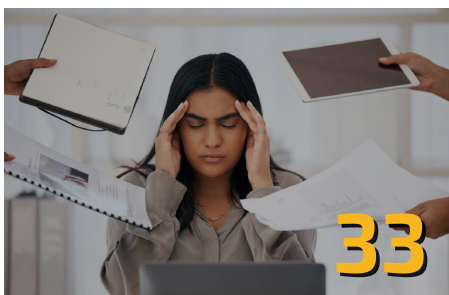
**PILATES
CONTRA O
ESTRESSE NO
TRABALHO**



54

Pilates promove relaxamento mental e, por sua vez, nos torna mais produtivos no trabalho

SEÑOR NOTICIA



33

**CHAVES PARA LIDAR COM
O ESGOTAMENTO**

O estresse no trabalho é muito comum onde as condições de trabalho não são favoráveis, há falta de harmonia e falta de comunicação.

CONPODERES

**ENTREVISTA
COM A JOVEM
ARTISTA
FERNANDA
CHACALIAZA**



58

Procura desconstruir um conceito e captá-lo na pintura para expressar o que sente e pensa.



Estefani R.
EDITORA

As cidades de amanhã serão caracterizadas pelo seu foco na sustentabilidade e na ecologia. No que diz respeito ao Dia Mundial das Cidades, comemorado todo dia 31 de outubro, apresentamos as principais tendências para 2050. Da mesma forma, um passeio pelas metrópoles verdes do momento.

Na capa estamos acompanhados por Gabriela Frías, a conceituada jornalista e apresentadora da CNN que nos fala sobre o seu percurso profissional, ao mesmo tempo que aborda com olhar crítico alguns dos assuntos mais actuais do momento.

Entrando no setor de tecnologia, o Laboratoria se destaca como a plataforma virtual que capacita mulheres para sua formação na indústria tecnológica. E o Waruwa se posiciona como o aplicativo ideal para os agricultores conseguirem melhores preços para seus produtos.

Da sua arquitectura deslumbrante à diversidade de culturas que convergem nas suas ruas, as cidades são o pilar para a construção de cada vida que nelas vive. Contribuir para a sua melhoria é um compromisso de todos.

THEPUBLIC

MKKT
DIGITAL
CAMPANHAS
SEO & SEM

Resultados verificáveis

www.grupothepublic.com

+52 1 56 2774 1902



CREZE: “NOSSO OBJETIVO É DAR MAIORES OPORTUNIDADES ÀS EMPRESAS”

O maior acesso ao crédito favorece o crescimento das PME, permitindo-lhes investir em expansão e tecnologia para competir no mercado.

N

um mundo onde as pequenas e médias empresas (PME) são o motor da economia, surge um problema

persistente: a dificuldade de acesso ao crédito que lhes permite crescer e prosperar.

As PME enfrentam frequentemente obstáculos financeiros que limitam a sua capacidade de investir, contratar pessoal ou expandir as suas operações. Esta situação gera a necessidade urgente de encontrar soluções que potenciem o acesso destas empresas ao crédito.

Segundo o Centro de Pesquisa de Políticas Públicas, no México as PME ocupam um lugar chave na economia, pois representam 99,8% das empresas. No entanto, nos últimos quatro anos a economia mundial apresentou uma queda esmagadora de 75% nos empréstimos às PME, segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI).

Uma das vantagens fundamentais da obtenção de empréstimos pelas PME é que isso lhes proporciona o capital necessário para financiar projetos de crescimento. Quer seja

Para adquirir maquinários, ampliar seu espaço físico ou investir em tecnologia, o acesso ao crédito lhes dá a oportunidade de ampliar suas operações e aumentar sua competitividade no mercado.

Neste contexto, a Creze é uma fintech mexicana que surgiu em 2016 com a ideia de oferecer uma solução financeira ágil e eficaz às PME.

“Buscamos aprovar os créditos em no máximo 24 horas. Sempre buscamos formas de ajudar o cliente a resolver seu problema de liquidez o mais rápido possível.”

Sandra Gazca, COO e chefe de produtos e relações com investidores da Creze.

A empresa aposta na disponibilização, através de meios digitais, de crédito que se adapta às necessidades de cada PME. Oferece dois tipos de produtos financeiros: empréstimos com garantia hipotecária que variam de 3 milhões a 20 milhões de pesos, e empréstimos sem garantia que variam entre 50 mil pesos e 3 milhões de pesos.

“Apenas 25% das PME no México cumprem todos os requisitos da banca tradicional e estão sujeitas a crédito, procuramos mudar esta realidade e aumentar a sua produtividade”.

Até o momento acumularam uma carteira de crédito de 850 milhões de pesos, mas a empresa tem uma visão mais ampla.

"Nosso objetivo é dar maiores oportunidades às empresas. No México, as PME empregam 72% da população mexicana, portanto, ao fornecer-lhes financiamento suficiente para capital de giro, estamos impactando indiretamente essas pessoas", acrescenta.



A obtenção de empréstimos pelas PME não só representa um alívio dos seus desafios financeiros, mas também lhes dá a oportunidade de crescer, competir no mercado e fortalecer a economia local.

Recursos do Creze:

- Focado em PMEs: Especializado em atender às necessidades financeiras de pequenas e médias empresas no México, um segmento que é frequentemente excluído do sistema bancário tradicional devido a requisitos restritivos.
- Flexibilidade: A Fintech oferece uma ampla gama de produtos financeiros, permitindo às PME escolher a opção que melhor se adapta às suas necessidades de capital de giro.
- Rapidez na aprovação: O Creze tem como objetivo a aprovação de créditos no prazo máximo de 24 horas. Essa agilidade é essencial para ajudar as empresas a resolver problemas de liquidez em tempo hábil.

REVOLUÇÃO DIGITAL NA COMERCIALIZAÇÃO DE MEDICAMENTOS

A pandemia acelerou o comércio eletrônico de medicamentos e empresas como a Fracción estão a liderar a mudança.



A

pandemia de COVID-19 revolucionou a forma como os medicamentos são adquiridos, intensificando a sua comercialização online. Hoje, as inovações abriram caminho para

superar desafios históricos na distribuição de medicamentos, chegando até a comunidades remotas e permitindo dar mais um passo na democratização do acesso à saúde.

Segundo a Comissão Nacional de Programas de Pesquisa em Saúde (CONAPRIS), na América Latina cerca de dois terços do financiamento de medicamentos provém da renda familiar. Isto gera um forte impacto na sua economia, uma vez que os setores de menor renda destinam mais de 70% dos seus gastos com saúde para a aquisição de medicamentos.

Nesse contexto surgiu a Fracción, uma farmácia digital que soube aproveitar o mercado eletrônico e busca oferecer preços acessíveis por meio do fracionamento de medicamentos no Chile.

“ A pandemia foi um grande progresso para nós porque a situação da saúde acelerou a digitalização. A Fracción já tinha um modelo digital e isso nos permitiu acelerar o crescimento. ”

Javier Vega, diretor executivo e fundador.

No Chile, 48% das farmácias estão localizadas na região metropolitana, enquanto pelo menos 50 comunas não têm acesso a medicamentos, o que afeta cerca de 300 mil pessoas em todo o país, segundo o Ministério da Saúde.

A Fracción aborda este problema crucial facilitando o acesso a medicamentos em áreas remotas, uma vez que a sua abordagem também estabelece acordos com municípios para levar medicamentos a locais onde anteriormente não existiam farmácias privadas.

“Somos uma empresa que nasceu com a ideia de gerar impacto positivo através do acesso a medicamentos. Atualmente temos um triplo impacto: económico, social e ambiental, por isso fomos certificados como empresa B.”



A entidade responsável por conceder a certificação às Empresas B é a B Lab, organização criada nos Estados Unidos em 2006 e que posteriormente expandiu seu alcance para a América Latina. Esta empresa, que avalia com rigor o desempenho social e ambiental, bem como a transparência e a responsabilidade corporativa, concedeu à Fracción a sua certificação, o que a tornou a primeira farmácia da América Latina a ser reconhecida como Empresa B.

Mesmo assim, um dos maiores desafios tem sido enfrentar a falta de conhecimento sobre o sistema de fracionamento no Chile, afirma o empresário. Apesar das diferentes políticas públicas que permitiram este sistema desde 2014, as pessoas desconheciam a opção de comprar apenas os medicamentos de que necessitavam sem gastar mais.

Segundo a Organização Mundial da Saúde, na América Latina, pelo menos 38% dos países carecem de políticas nacionais que regulem o acesso a medicamentos essenciais. Apenas em algumas nações, como o Peru e o México, o acesso aos medicamentos está constitucionalmente estabelecido como um direito fundamental.

Hoje, a Fracción está avaliada em 25 milhões de dólares e planeja aumentar seu capital para expandir para outros países da América Latina, como México, Colômbia e Peru.

No Chile, procuram criar um sistema de assinatura digital que apoie pessoas com doenças crônicas e que necessitam

de medicamentos periodicamente, ajudando-os a adquirir seus remédios com mais facilidade e na porta de casa.

A farmácia digital não só transformou a comercialização de medicamentos, mas mostrou que a tecnologia pode ser uma poderosa aliada mesmo nos setores mais tradicionais.

Vantagens do fracionamento de medicamentos:

- Maior segurança do paciente, com menos eventos adversos por erros de dispensação.
- Simplificação da gestão de estoque.
- Agilizando a dispensação de medicamentos.
- Menos práticas de automedicação.
- Otimização do monitoramento e adesão aos tratamentos.

PROMOVER O TALENTO FEMININO PARA REDUZIR A LACUNA TECNOLÓGICA

Na luta para reduzir a disparidade de género, o Laboratório lidera a mudança para a inclusão, promovendo a participação das mulheres na tecnologia.

N

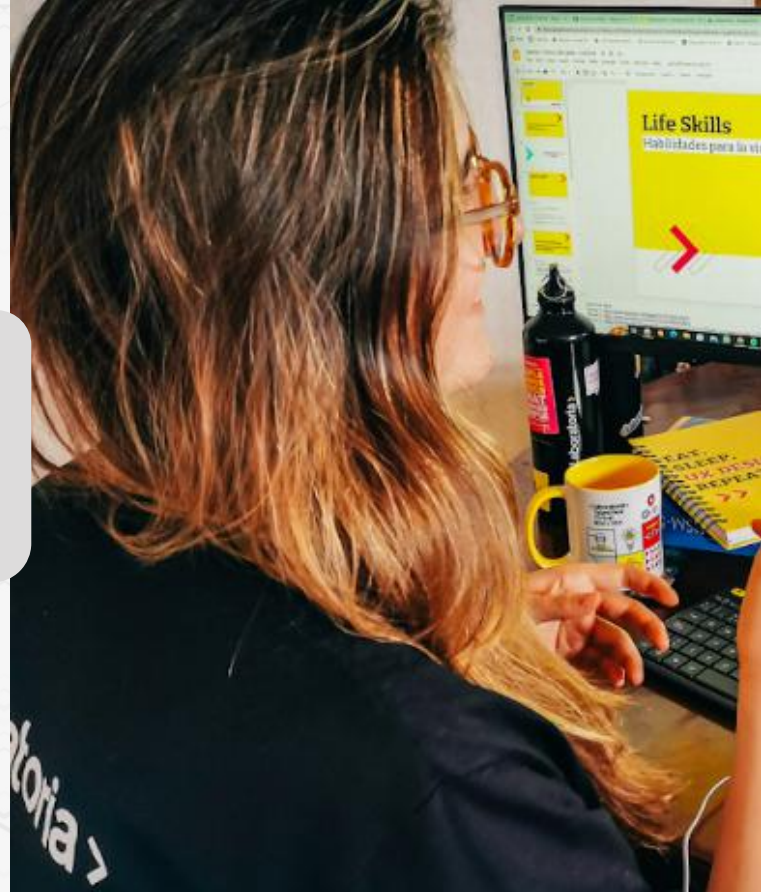
um mundo impulsionado pela transformação digital, as carreiras relacionadas com a tecnologia são essenciais para o desenvolvimento económico.

No entanto, a persistente disparidade de género tem sido um fenómeno que tem limitado o avanço das mulheres nestas áreas.

Abordar esta questão não significa apenas corrigir uma desigualdade, mas também garantir que as mulheres contribuam plenamente para a criação e aplicação de tecnologias que moldarão o futuro.

Segundo dados da UNESCO, até 2022, na América Latina e no Caribe a presença de mulheres nas carreiras STEM (Ciências, Tecnologia, Engenharia e Matemática) era de 35%, o que no mundo do trabalho representava apenas um terço dos funcionários com diploma. nessas áreas.

As mulheres são amplamente desencorajadas de escolher carreiras relacionadas



com a ciência e a tecnologia porque existe uma grande desconfiança sobre o seu próprio desempenho, além de serem muitas vezes subestimados e mal promovidos, afirma a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE).

Com a convicção de que é possível quebrar estereótipos e reduzir a disparidade de género na tecnologia, surgiu a Laboratoria, uma organização sem fins lucrativos que promove a formação de mulheres na indústria tecnológica.

“Promover a participação das mulheres nos domínios tecnológicos passa pela superação de múltiplas barreiras culturais, estruturais e socioeconómicas”

“Com um continente em plena transformação digital, as empresas latino-americanas devem investir cada vez mais na inclusão de mulheres em suas equipes tecnológicas”

Regina Acher, cofundadora e CMO do Laboratório no Brasil.

O Laboratoria está contribuindo significativamente para a transformação de carreiras e a inclusão das mulheres na indústria de tecnologia. No entanto, abordar a disparidade de gênero na tecnologia requer esforços coordenados a nível global e local para resolver a disparidade.

A organização está empenhada em alcançar uma economia digital mais diversificada e competitiva através de bootcamps intensivos de seis meses que ensinam competências técnicas e de vida a mulheres que ainda não conseguiram iniciar as suas carreiras profissionais; Da mesma forma, orientar os egressos para posicioná-los no mundo do trabalho.

Até o momento, o Laboratoria conseguiu formar mais de 3.500 mulheres da América Latina, com impressionantes 79% de empregabilidade e 98% de satisfação entre os alunos ao concluírem o bootcamp.

A organização está em um período de expansão, alcançando cinco novos países em 2023, trazendo sua presença para 11 países da América Latina, incluindo Chile, Peru, Brasil, México e Costa Rica.

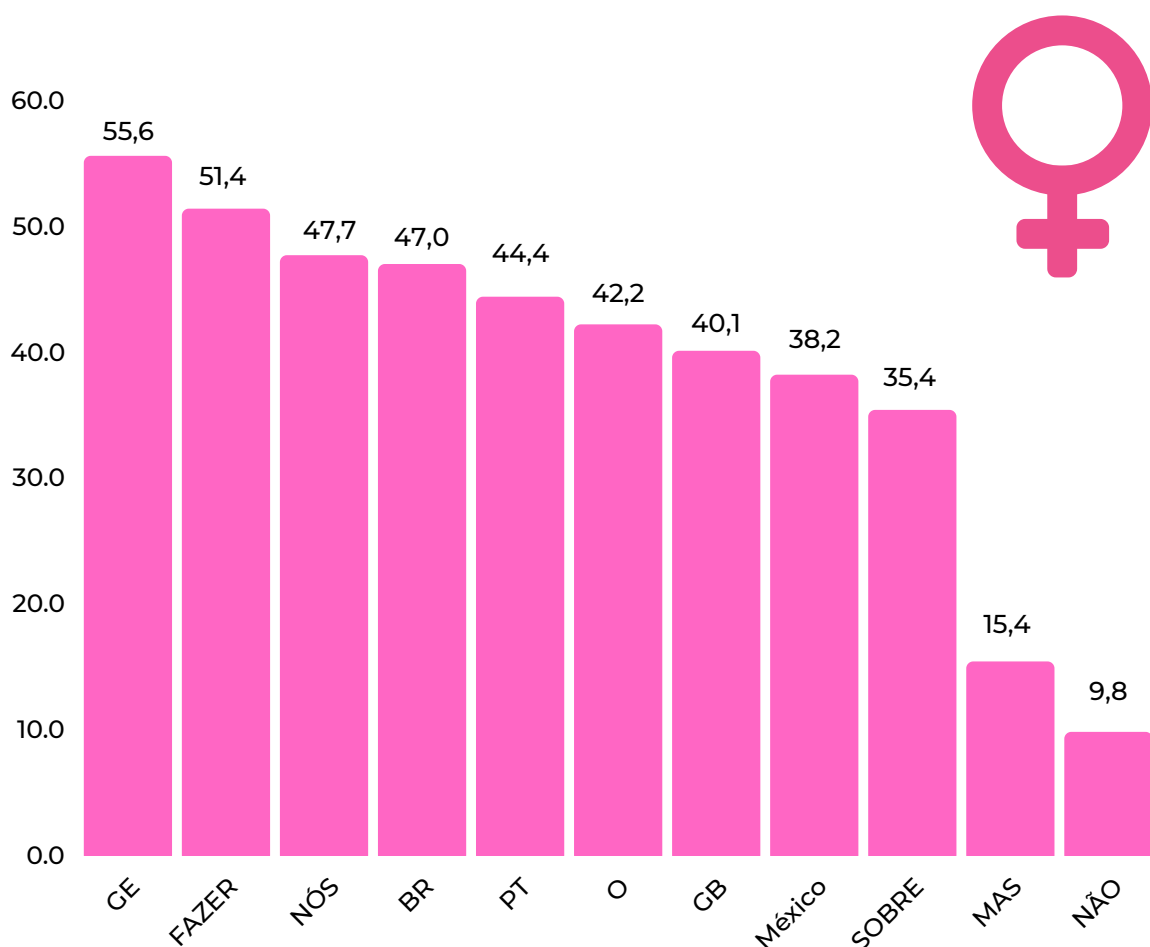


Além disso, dar às mulheres oportunidades iguais para progredir e destacar-se em disciplinas como a tecnologia contribui para reduzir a disparidade salarial entre os géneros,

aumenta a estabilidade económica feminina e garante a presença de uma força de trabalho diversificada e competente.

MULHERES EM STEM: DESAFIO NO MUNDO

Porcentagem de mulheres em relação ao total de funcionários trabalhando em áreas STEM* EM 2020



*Ciência, tecnologia, engenharia e matemática. Países selecionados

Fonte: Statista



negociosparanegocios.com

CLIQUE E COMECE SEU
NEGÓCIO

**Negocios
para**

Negocios

TECNOLOGIA PARA AGRICULTURA SEM INTERMEDIÁRIOS

Com a evolução da tecnologia, a distribuição agrícola está sendo transformada e os processos otimizados.



Nelson Rodríguez, fundador da Waruwa

U

m dos problemas latentes do setor agroindustrial é o excesso de intermediários na cadeia de distribuição que

aumentam os preços, afectando tanto os consumidores como os produtores.

Neste contexto, a tecnologia surge como um elemento crucial para enfrentar o desafio e estabelecer um equilíbrio económico mais sustentável através da otimização de processos.

No México, por exemplo, os custos dos alimentos aumentam entre 15% e até mais de 300% na cadeia de distribuição, afirma o Grupo de Consultoria de Mercado Agrícola. Por exemplo, em frutas como o tomate em 2022, o produtor recebeu 6,3 pesos e foi vendido ao consumidor por 24,7 pesos, representando um aumento de 333% no preço.

Além disso, a nível global, a Organização Mundial para a Alimentação e a Agricultura (FAO) estima que entre 14 e 20% dos alimentos produzidos se perdem nas diferentes fases de distribuição, o que se deve em grande parte ao aumento dos preços.

Diante deste problema do setor agroindustrial surgiu o Waruwa, uma plataforma digital que busca otimizar a distribuição de frutas e verduras na Colômbia, permitindo que produtores e consumidores tenham um contato mais direto.

Nelson Rodríguez, fundador da Waruwa

Waruwa resolve as dificuldades de vendas dos agricultores comprando diretamente suas colheitas e assumindo a logística de transporte. Depois, a partir de sua plataforma digital, oferece esses produtos para restaurantes, redes de supermercados e lojas locais. Isto beneficia especialmente os pequenos produtores, pois permite-lhes aceder a mercados maiores e obter lucros mais justos.

Embora tenham tido complicações após a pandemia, contam atualmente com cerca de 100 produtores ativos, dos quais 92% são pequenos agricultores que encontraram em Waruwa um canal de venda seguro para as suas culturas.

O encurtamento da cadeia de distribuição permite aos agricultores obter melhores preços, o que tem um impacto direto nas comunidades agrícolas, melhorando as condições de vida e incentivando o investimento em técnicas agrícolas mais sustentáveis.

Além disso, a descentralização da comercialização não só permite aos produtores oferecer uma maior variedade de produtos, como também promove a preservação de variedades tradicionais e menos comerciais, muitas vezes esquecidas.



“No futuro, buscamos ter maior participação dos produtores, não só com apoio logístico, mas também com apoio à produção como crédito, orientação e seguro para enfrentar os problemas que os agricultores têm”

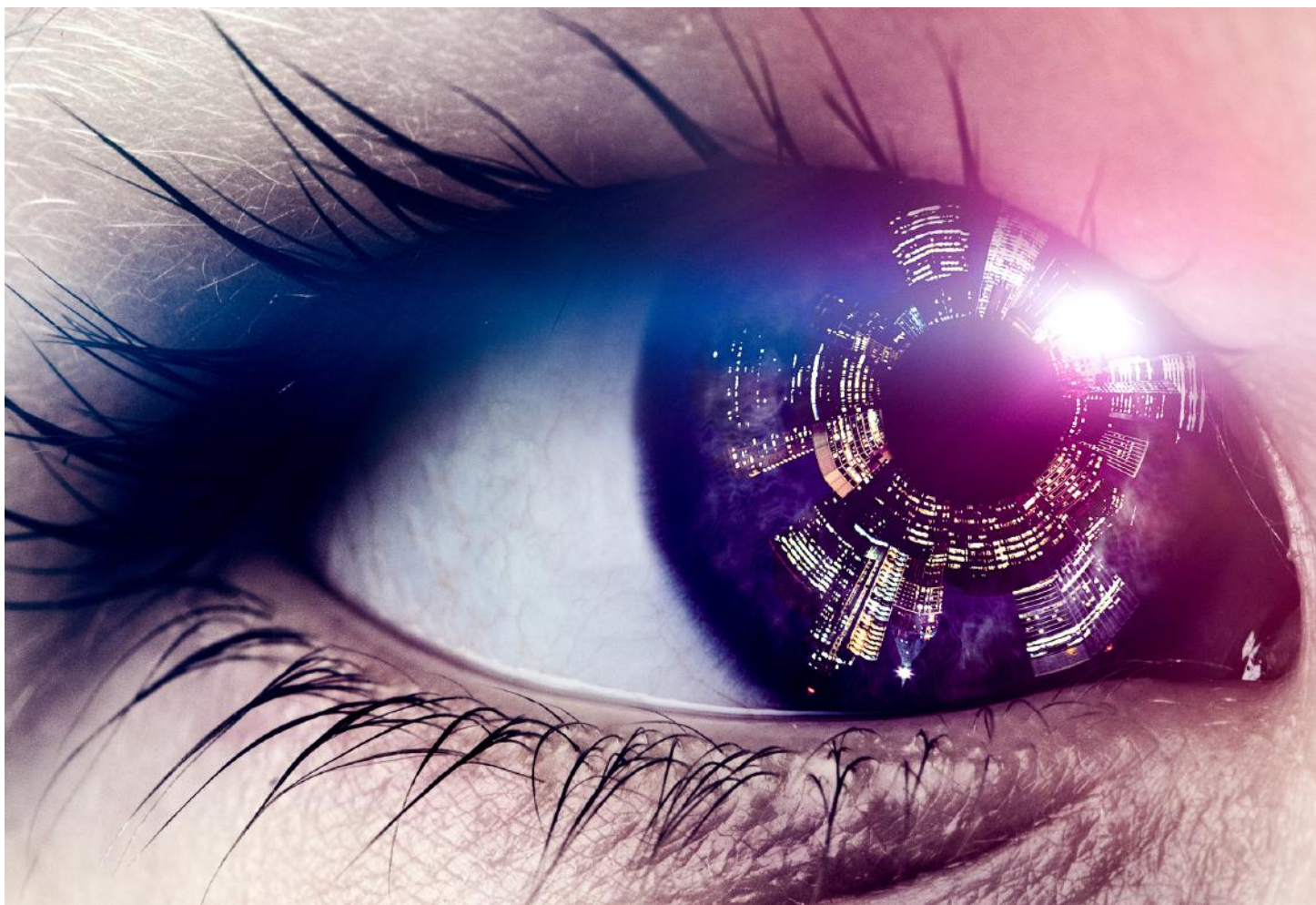
Principais problemas da cadeia de distribuição no setor agroindustrial:

- Na América Latina, 70% dos lucros de um produto agrícola vão para intermediários.
- Na Colômbia, os intermediários demoram entre 30 e 90 dias para pagar aos agricultores após a obtenção dos produtos.
- Globalmente, entre 14 e 20% dos alimentos produzidos são perdidos nas diferentes fases da distribuição.



Cidades sustentáveis e sustentáveis são o melhor legado para as gerações futuras

CIDADES DO FUTURO RUMO A 2050





N

um mundo que enfrenta vários desafios ambientais, a construção de cidades sustentáveis e sustentáveis tornou-se uma peça

fundamental para garantir um futuro próspero e equitativo.

Além disso, a criação de ambientes urbanos que dão prioridade à sustentabilidade não só beneficia o ambiente, mas também melhora a qualidade de vida dos seus habitantes e contribui para a prosperidade económica a longo prazo.

Embora a Organização das Nações Unidas (ONU) tenha estabelecido o dia 31 de outubro como o Dia Mundial das Cidades desde 2014, é importante trabalhar para um maior incentivo ao desenvolvimento de metrópoles mais verdes, a fim de promover o bem-estar mental, promover a socialização e incentivar a atividade económica.

Rumo a 2050, algumas das tendências urbanas que marcarão o futuro, segundo os especialistas, são as seguintes:

Mobilidade sustentável

Com o objetivo de reduzir o impacto ambiental e promover transportes mais eficientes e inclusivos, os veículos elétricos, os transportes públicos eficientes e a partilha de automóveis foram melhorados para facilitar a mobilidade multimodal.



Durante os próximos anos, a adaptação do uso da bicicleta nas cidades continuará como uma alternativa económica, ecológica e segura para viajar. Além disso, em algumas grandes cidades, como a Cidade do México, as frotas de ônibus começaram a ser modernizadas e agora contam com veículos elétricos e híbridos. ”

Francisco Pérez, Planejador Urbano

Melhor planejamento urbano

No início do século houve uma dispersão urbana significativa que gerou um grave problema, de modo que os conjuntos habitacionais construídos naquela época consumiam enormes terrenos naturais, geravam muita poluição nos transportes devido à distância das fontes de emprego, e não tinha todos os serviços.

“O desenvolvimento sustentável tornou-se uma necessidade maior para a população porque há uma consciência cada vez maior entre as novas gerações preocupadas com questões como a natureza e as alterações climáticas”, acrescenta Pérez.





Eficiência energética na construção

A descarbonização do setor dos edifícios até 2050 será outro fator chave para reduzir as emissões globais e colocar as metrópoles num caminho sustentável. O setor da construção deve melhorar o desempenho energético dos edifícios, reduzir a pegada de carbono dos materiais de construção, bem como aumentar o investimento na eficiência energética.

“ Para migrar para um indústria da construção sustentável, a utilização de materiais renováveis e recicláveis é vital, bem como a redução da energia incorporada no seu fabrico, o consumo de energia do edifício acabado, os resíduos do local e, claro, a proteção dos habitats naturais durante e após a construção fase.

”

Brenda Salas, gerente de marketing e comunicação interna para América Latina da Owens Corning

Tecnologia inteligente

Alguns centros urbanos já utilizam tecnologias como a inteligência artificial (IA) para melhorar os seus processos, através de sistemas baseados em machine learning, que recolhem informações a todo momento utilizando big data.



Viena

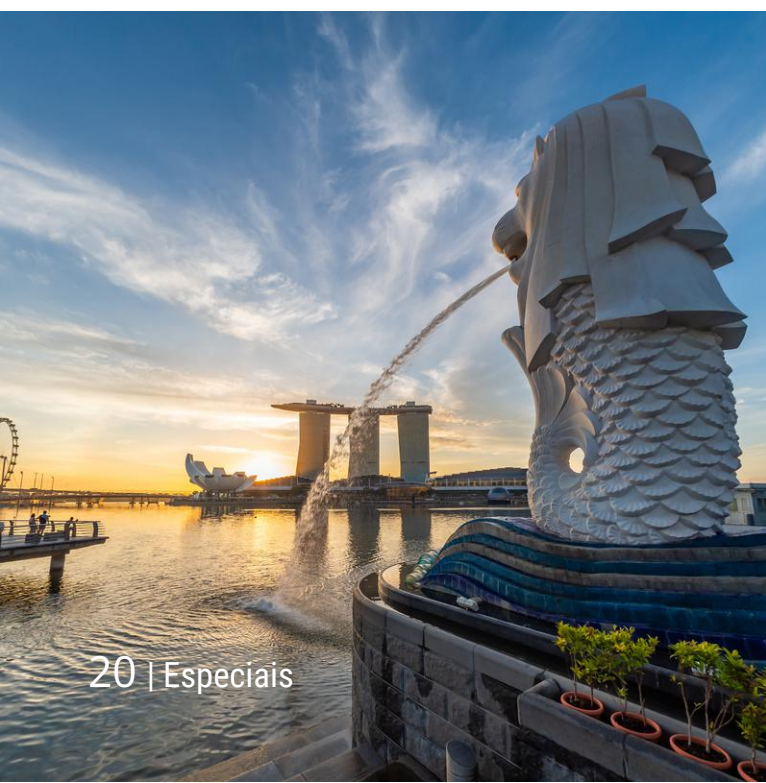
Considerada no Índice Global de Habitabilidade da The Economist, como a melhor cidade do mundo para se viver. A capital da Áustria enaltece a qualidade de vida dos seus habitantes por: infraestruturas, saúde, cultura e ambiente, bem como educação e estabilidade. Entre alguns de seus avanços, a metrópole é reconhecida por um sistema de transporte público bem desenvolvido que inclui bondes, ônibus e trens subterrâneos (U-Bahn).

Apesar dos enormes desafios que estas tendências impõem, há cidades que já começam a surfar na onda verde, algumas delas são:



Cingapura

Reconhecida internacionalmente pelos seus esforços em sustentabilidade e resiliência ambiental, tal “cidade inteligente” destaca-se pela implementação de tecnologias avançadas e recolha de dados para melhorar a qualidade de vida dos residentes e enfrentar os desafios urbanos.



Vancouver

Localizada entre as 5 melhores cidades para se viver pelo The Economist, esta metrópole tem se destacado em termos de planejamento urbano sustentável, acesso à energia hidrelétrica limpa e vegetação urbana, destacando-se nesta última pela iniciativa Plano de Ação para a Cidade Mais Verde. Por sua vez, Vancouver está a trabalhar no sentido de ser uma cidade livre de carbono até 2050.



São Francisco

Pioneira na promoção de energias renováveis e na gestão de resíduos, esta cidade comprometeu-se a reduzir as emissões de gases com efeito de estufa até 2030. Além disso, dada a preocupação com a seca na Califórnia, São Francisco destaca-se pela inovação tecnológica para a conservação da água.

Na verdade, as cidades sustentáveis e sustentáveis representam um farol de esperança. Na medida em que se avança nesta direção, abre-se o caminho para um mundo mais habitável, próspero e em harmonia com a natureza.

Nova Iorque

Sendo um dos maiores e mais emblemáticos centros urbanos do mundo, a Big Apple tem investido em tecnologia para melhorar a gestão do trânsito, a segurança pública e a eficiência dos serviços municipais. Por sua vez, esta cidade promove iniciativas como o Projeto 80x50, que propõe a redução dos gases de efeito estufa, bem como a Visão Zero, que busca reduzir os acidentes de trânsito e promover a segurança dos pedestres.



GABRIELA



FRIAS

“ Minha carreira tem sido uma aventura maravilhosa ”

A renomada jornalista mexicana nos conta sobre o jornalismo, suas experiências e sua ligação com cada acontecimento mundial.



Ela nunca imaginou se tornar apresentadora de televisão. Para Gabriela Frías, uma das figuras mais talentosas do jornalismo internacional, a oportunidade surgiu de um momento para o outro, em 2000, quando o jornal mexicano Reforma, do qual fazia parte, realizou um projeto com a rede internacional de notícias CNN em Español. Depois disso, seu crescimento profissional foi exponencial.

Ela reconhece que ter começado na imprensa escrita e depois passado para a televisão deu-lhe uma grande compreensão do nível de responsabilidade que todo jornalista deve ter ao fazer reportagens. Esse nível de empatia que se conecta a cada história que seus entrevistados contam.

Ser produtora e apresentadora de espaços financeiros e de negócios como Mercado México, Portafolio Global, CNN Dinero e En Efectivo foi uma grande jornada para ela e também uma lição, pois aprendeu que um dia pode ser muito bom, mas acaba e ao mesmo tempo O dia seguinte é uma tela em branco que a desafia a oferecer a sua melhor cobertura através da sua vocação para o serviço.

Embora tenha começado na área económica e hoje também esteja imersa na política, a jornalista reconhece que os dois temas nunca foram separados, razão pela qual acontecimentos como os ataques terroristas de 11 de Setembro, o que representaram e o seu impacto marcaram a sua carreira. Questões de imigração, como a lei SB1070 do Arizona, têm sido uma constante, inclusive participando de documentários sobre a América Latina e a população hispânica.

“Estar presente com as famílias nos lugares onde chega “la migra”, ver como elas se escondem ou correm para não serem levadas, ouvir seu pedido para não deixá-las abandonadas, foi chocante”.



Christine Lagarde, presidente do Banco Central Europeu

Perante um mundo dividido por conflitos armados, considera que guerras como as da Rússia e da Ucrânia afectam a economia europeia e mundial através de diferentes aspectos: “a questão energética, claro, não é menor, especialmente num continente que depende tanto das importações de petróleo. No entanto, acredito que o lado alimentar tem sido um dos momentos mais difíceis, tendo em conta que o mundo estava a sair do enfrentamento das consequências da COVID-19 e que havia famílias que estavam muito apertadas financeiramente. Além disso, alguns dos Governos, aqueles que deram ajuda à população, ficaram com os bolsos vazios.”

O conflito entre Israel e o Hamas é outra das lutas que continuam a impactar-nos, e aqui Frías destaca que embora Israel seja um importante fornecedor e exportador em termos de produção, nesta guerra em particular, a questão humanitária é a mais afectada. “Desde os terríveis ataques que começaram em 7 de outubro, o mundo ficou tremendamente dividido, até mesmo nas escolas e universidades. Este conflito gerou essa divisibilidade em termos das opiniões que as pessoas, as sociedades em diferentes partes do mundo têm, e como é difícil conciliar essas posições. O impacto humanitário e ideológico são os mais presentes.”



“ Durante anos houve uma expectativa não satisfeita em termos de serviços de saúde, educação e infra-estruturas, o que gerou um enorme descontentamento social, não só na América Latina, mas particularmente neste continente onde há desafios de pobreza e desigualdade a resolver. ”

Neste contexto, as pessoas têm sido as mais afetadas e, obviamente, a sua saúde mental. Mães que lutam pelas suas vidas e pelas dos seus filhos que procuram refúgio durante os bombardeamentos em Gaza ou crianças que morrem com os pais ao tentarem atravessar o Rio Grande, são situações que geram um choque na sociedade e embora a solução deva ser discutida, não chegue a esse ponto.

Para o jornalista, o mundo vive uma espécie de trauma pós-covid onde somos menos tolerantes e falamos pouco. Na América Latina, salienta ainda, temos instituições e autoridades desacreditadas.

A tendência para a formação de governos populistas põe em risco os países da região, que não só têm de lidar com os problemas existentes, mas também com os novos riscos que surgem a cada eleição presidencial. Na opinião de Frías, o problema existe quando dentro dessa grande popularidade há desconhecimento das instituições, do equilíbrio de poderes e há uma visão mais pessoal do que uma visão do país. Correndo o risco de muitas pessoas, especialmente nas comunidades mais esquecidas, terem a impressão de que este é o líder salvador, mas cabe a nós, como cidadãos, ter clareza sobre a nossa responsabilidade: se elegermos este tipo de autoridades ou tentarmos encontrar alguém que tem um plano de país que nos parece coerente.



Gabriela Frías deixa claro que um bom jornalista deve ter empatia em qualquer situação para se conectar de perto e contar a sua melhor história, e que apesar dos desafios diários, o jornalismo é a sua grande paixão. “Minha carreira tem sido uma aventura maravilhosa. “Abriu-me as portas do mundo e fez-me compreender melhor a minha região”, conclui.

Vozes femininas estão redefinindo a narrativa publicitária

Falámos com Arah Kim, uma criativa mexicana, cujo trabalho reflete a luta pela inclusão, diversidade e igualdade de género.

A

s campanhas publicitárias são uma influência poderosa na percepção e construção de papéis e estereótipos. Promover a igualdade de género neste

sector é um passo crucial para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa.

Além disso, as mulheres são um mercado-alvo importante para muitos produtos e serviços; Portanto, ter um conhecimento profundo de suas necessidades, desejos e experiências é essencial para o sucesso de muitas marcas.

Nesse sentido, as mulheres em posições de liderança podem contribuir para uma melhor compreensão deste mercado e para a criação de campanhas publicitárias mais eficazes.



Arah Kim é uma jovem ativista, publicitária e atualmente Diretora de Criação Associada da Wieden+Kennedy México. Ele também é membro do conselho de administração do Círculo Criativo, a associação que celebra talentos criativos no México e promove as ideias de amanhã.

A partir da sua posição de defensora da igualdade de gênero, Arah tem trabalhado em diversos projetos que têm a inclusão como pilar. Na entrevista a seguir, conheceremos mais sobre sua carreira e contribuição para a indústria criativa.

1. Qual você considera ser sua abordagem ou estilo diferenciado em publicidade?

À medida que você cresce e participa de diferentes projetos, você o encontra. Alguns dos meus trabalhos mais relevantes têm a ver com a vertente social, especificamente mudando perspectivas no sentido da inclusão e da diversidade através da publicidade.

O mais importante nessa carreira é ter consciência de que temos muita responsabilidade. A publicidade tende a ser vista como um trabalho irrelevante, mas tem muito impacto na economia, na cultura e na sociedade, além da venda de um produto.



2. A publicidade muitas vezes envolve trabalhar com diversas marcas e produtos. Como você se adapta a diferentes setores e públicos?

Uma das coisas que gosto de fazer quando enfrento qualquer projeto de marca é fazer pesquisas bem aprofundadas. A publicidade está muito ligada à cultura, não dá para fazer um comercial para um mercado que você não conhece ou sem o mínimo de pesquisa, porque aí não vai conectar. Devemos ser muito responsáveis com a representação da realidade, não inventar ou estereotipar os contextos.

Sem estratégia não há criatividade. Marcas e produtos são como pessoas e é muito interessante conhecê-los a fundo para saber quem são e como se expressam. Não se trata de inventar uma necessidade, mas sim de conectar-se com pessoas que realmente têm uma necessidade, por mais banal que seja, e que se sentem identificadas com a marca.





3. Qual foi a campanha que mais lhe deu satisfação?

Recentemente lancei um para a Nike. Esta campanha é a maior já feita no México para a seleção feminina de futebol e tive o grande privilégio de ser uma das criativas por trás deste projeto.

Gosto da campanha porque tem uma mensagem muito poderosa que passa por um acontecimento histórico que acontece no esporte, principalmente no esporte feminino. É inspirado nas histórias pessoais de cada uma delas, mas também representa o que as mulheres passaram não só no futebol, mas em todas as modalidades. Como fomos ganhando espaço e tivemos que perder estereótipos e deixar o medo de lado.

Adoro que a Nike seja uma marca tão comprometida com a inclusão e a igualdade no esporte, mas também gostei da oportunidade de ter trabalhado com mulheres que fazem ativismo a partir de sua disciplina.

4. Você participou do programa See It Be It, em que consiste?

Este programa é um acelerador para futuros líderes onde estes descobrem as suas capacidades e as desenvolvem. Por meio de mentorias e palestras eles ensinam você a reconhecer seus valores como pessoa, bem como sua perspectiva e visão como profissional.

A maioria das mulheres selecionadas são criativas e agentes de mudança no seu país, que reconhecem a desigualdade que vivenciam, mas que não permanecem como espectadoras.

O programa busca aquelas mulheres que com sua voz e talento estão mudando perspectivas, e o mais interessante é que é um programa aberto também para pessoas não binárias e transexuais, porque são as que menos ocupam cargos de liderança.



5. Que conselho você daria às mulheres que desejam seguir carreira em publicidade e também ser reconhecidas no setor?

Muito disso tem a ver com ação própria, porque talvez às vezes estejamos esperando que a mudança comece em outras pessoas. As mulheres devem começar a sentir-se suficientemente confiantes para levantar a voz. Pela minha experiência, eu era daqueles que ficava calado, que preferia que outras pessoas falassem em vez de mim, e isso porque não tinha confiança nem segurança de saber se o que eu dizia estava correto, tinha medo de fazer uma erro e agora sei que só perdendo esses medos é que poderemos crescer.

Algo que mudou definitivamente minha carreira foi não esperar a oportunidade de outra pessoa e começar a demonstrar sozinho a criatividade e o talento que tinha. Se em algum momento não tivermos oportunidades, podemos começar com projetos pessoais, já que a agência de publicidade não é responsável por criar nossas carreiras ou definir quem somos como criativos. Além disso, se esperarmos pelas oportunidades haverá muita frustração, devemos criar espaços onde possamos expressar e celebrar tudo o que somos.

6. Falando em inclusão, o que você poderia destacar na publicidade mexicana em comparação com seus pares latino-americanos?

No México houve muitos progressos nestas questões e estou feliz por haver mais representação da mexicanidade. Hoje em dia, os mexicanos sentem-se cada vez mais orgulhosos das suas raízes, de quem são, e isso transparece nos gráficos e nas publicidades. Pode-se dizer que barreiras estão sendo quebradas e a indústria está cada vez mais interessada em ser mais real.



A N Ú N C I O

B L O G

Lobe
Mark

ANÚNCIO
MARKETING
DIGITAL



lobemark.com



CHAVES PARA LIDAR COM O BURNOUT

O estresse no trabalho é muito comum onde as condições de trabalho não são favoráveis, há falta de harmonia e falta de comunicação.

O esgotamento profissional, conhecido como “burnout”, é um fenômeno crescente no mundo moderno significativamente tanto os

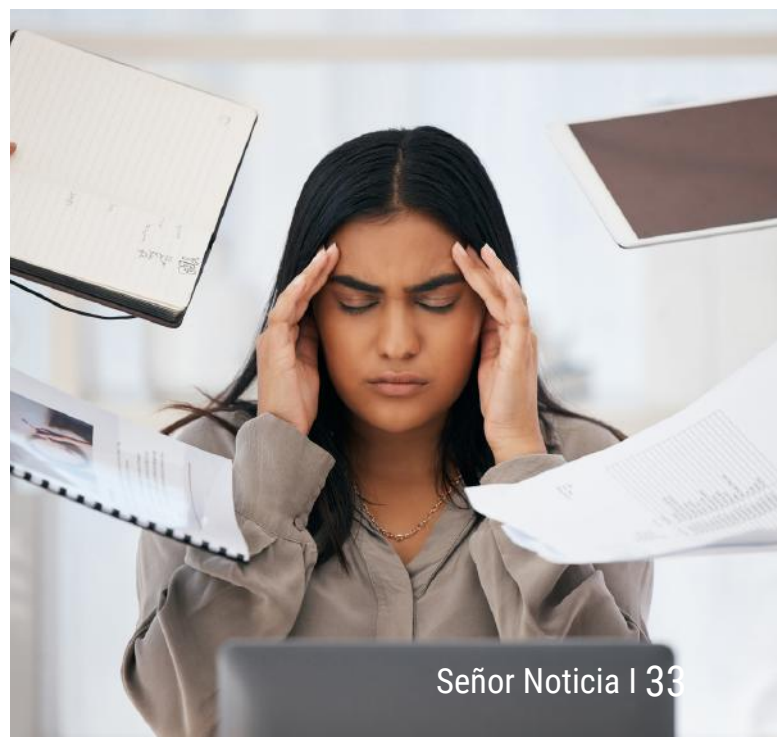
trabalhadores como as empresas. Caracteriza-se por extremo esgotamento físico e mental, causado por estresse crônico e sobrecarga de trabalho.

Do ponto de vista dos trabalhadores, enfrentar esta situação é devastador. Pode levar à diminuição da satisfação no trabalho, à baixa autoestima e à sensação de estar preso em um ciclo exaustivo.

Por outro lado, as empresas também enfrentam graves consequências pela diminuição do desempenho e falta de comprometimento dos seus colaboradores, pois isso afeta diretamente a produtividade e a qualidade do trabalho.

“Quando uma pessoa começa a ter problemas de saúde mental/emocional, é muito comum que seu desempenho caia, que falte concentração para ter um bom desempenho, que comece a chegar atrasado ao trabalho e até mesmo falte totalmente.”

Sandra Rivera Bravo, psicóloga tanatóloga, especialista em psicoterapia humanística sistêmica e tratamento de ansiedade.



Da mesma forma, comportamentos perceptíveis ocorrem na forma de vínculo com os pares, como irritabilidade ou retraimento. E em alguns casos surgem sintomas físicos que levam a pessoa a ir ao médico, sendo os mais comuns: gastrite, colite, alergias, psoríase, enxaqueca, insônia, falta ou excesso de apetite, entre outros.

À medida que esses sintomas progridem e se tornam crônicos, os trabalhadores podem enfrentar problemas como insônia, ansiedade, depressão e problemas cardiovasculares. Esses efeitos negativos podem se estender à vida pessoal, afetando os relacionamentos e a qualidade de vida em geral.

Como superar o esgotamento?

O Burnout é muito comum onde as condições de trabalho não são favoráveis, como num ambiente não harmonioso que se caracteriza por uma evidente falta de comunicação e preocupação com os colaboradores. Isso significa que por estar nesse tipo de ambiente as pessoas ficam sob estresse crônico, o que submete o corpo e a mente a desgastes constantes.

Da parte dos colaboradores, “têm que desenvolver competências que lhes permitam gerir o stress de forma mais assertiva, como aprender respiração diafragmática, meditação, mindfulness, exercício, alimentação equilibrada, bons hábitos de sono e momentos de lazer. Se você estiver em nível avançado, pode procurar um especialista em saúde mental”, recomenda a psicóloga.

Da mesma forma, é essencial que as organizações adotem medidas proativas para promover um ambiente de trabalho

saudável. Segundo Sergio Barrientos, coach e mentor motivacional peruano, algumas ações importantes que os empregadores podem tomar são:

- Gerar relações de confiança e respeito entre os colaboradores.
- Promover uma comunicação assertiva, com feedback constante.
- Implementar políticas justas de reconhecimento e compensação.
- Garantir uma carga de trabalho equitativa e adequada.
- Promover atividades de integração e team building, tanto formal como informalmente.



“À medida que os sintomas de burnout progridem, os trabalhadores podem enfrentar problemas como insônia, ansiedade e depressão.”

Quebrando o tabu

Com o surgimento da pandemia da COVID-19, ficou evidente um número notável de pessoas com problemas de saúde mental, pelo que esta questão tornou-se uma preocupação global. No entanto, esta é uma questão que persiste há anos e pouca atenção tem sido dada.

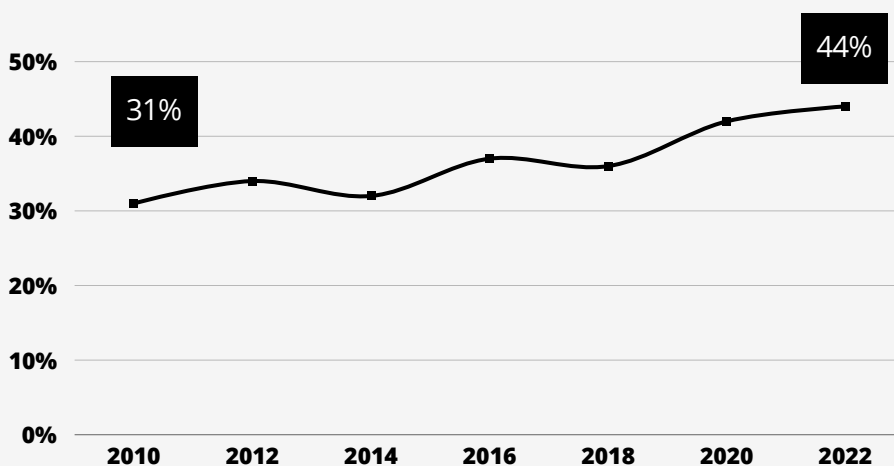
Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a prevalência de casos de depressão e ansiedade durante o primeiro ano da pandemia aumentou 25%, sendo os jovens os mais vulneráveis a desenvolver comportamentos autolesivos ou suicidas.

Devemos ter em mente que no trabalho passamos 8 horas do nosso dia, por isso a comunicação aberta entre os colegas, a promoção de atividades de bem-estar e a procura de ajuda profissional quando necessário são passos cruciais para derrotar o inimigo chamado burnout.

“Uma das melhores formas de quebrar o tabu dentro das empresas é as organizações realizarem continuamente palestras que falem sobre saúde mental, que incluam temas como gestão assertiva do estresse, cuidados pessoais, hábitos alimentares, higiene do sono, ginástica cerebral, inteligência emocional, tempo organização, entre outros aspectos”, afirma Rivera.



O ESTRESSE DOS TRABALHADORES PERMANECE EM NÍVEL RECORDE



Com base em pesquisas com pelo menos 1.000 funcionários por país, por ano, em mais de 160 países.

Porcentagem de funcionários que afirmam ter passado por muito estresse no dia anterior

Fonte: Statista

WWW.SENORNOTICIA.COM

STUDIO 56

Films

REALIZACIÓN AUDIOVISUAL - POST PRODUCCIÓN - DIRECCIÓN - IMÁGEN INSTITUCIONAL - COMUNICACIÓN INTERNA

sergioalejandro@msn.com
www.vimeo.com/studio56films



EU PENSO, DEPOIS CONSUMO



DESPLASTIFICAR E RECICLAR: CHAVES PARA UM FUTURO SUSTENTÁVEL

A poluição plástica tornou-se uma crise global que requer soluções urgentes.

A

poluição plástica é um dos problemas ambientais mais urgentes da atualidade. Os plásticos, devido à sua durabilidade e versatilidade, tornaram-se

parte integrante das nossas vidas, mas a sua utilização e eliminação inadequadas têm levado a uma acumulação crescente de resíduos plásticos no ambiente.

Este problema representa uma séria ameaça à saúde dos ecossistemas e, em última análise, à saúde humana. Diante disto, existem soluções eficazes para resolver este problema, e duas das mais importantes são a reciclagem e a desplastificação.

Refira-se que em 2019, ano anterior à pandemia, mais de 130 milhões de toneladas de plásticos descartáveis foram deitados fora em todo o mundo, segundo o Índice de Fabricantes de Resíduos Plásticos, publicado pela Fundação Minderoo. A este respeito, há

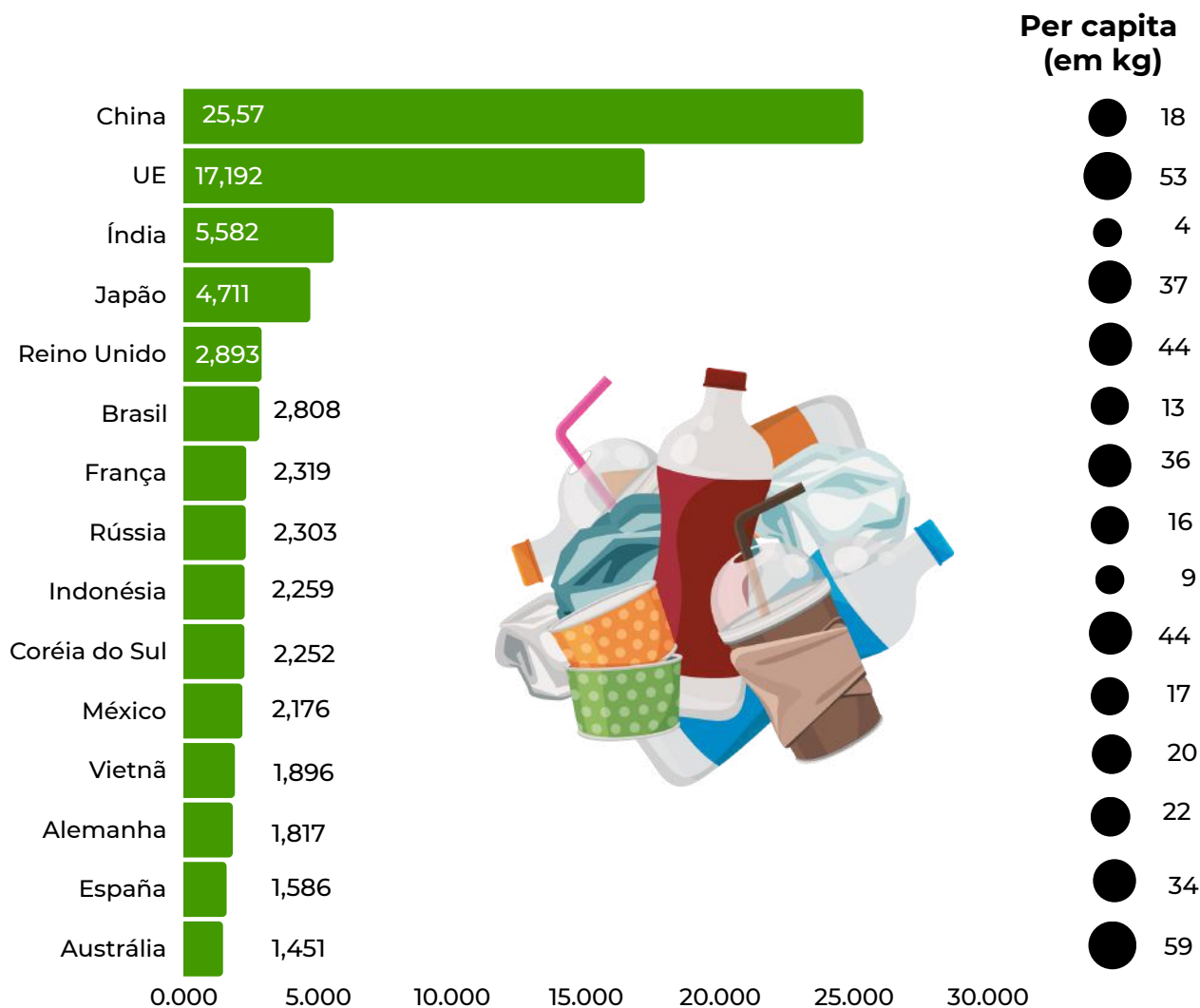
países que aparecem com maior quantidade de resíduos, conforme gráfico a seguir.



Mara Gabriel, coordenadora de certificação UPFC da Unplastify

OS PAÍSES QUE GERAM MAIS RESÍDUOS PLÁSTICOS DESCARTÁVEIS

Países com a maior quantidade de resíduos plásticos descartáveis gerados em 2019 (em milhares de toneladas)



Fonte: Índice de fabricantes de resíduos plásticos - Fundação Minderoo

Fonte: Statista



serviços e é validado por uma rede de avaliadores externos treinados em questões plásticas, mas também em tecnologia”, explica Mara Gabriel.

O poder da reciclagem

A reciclagem de plástico é um processo que envolve a coleta, triagem, limpeza e transformação de produtos plásticos usados em novos materiais. Ou seja, o plástico reciclado será utilizado como matéria-prima na fabricação de novos objetos.

De certa forma, isto ajuda a reduzir a quantidade de plásticos que acabam em aterros ou, pior, nos nossos oceanos e massas de água. Da mesma forma, a reciclagem economiza energia e recursos naturais, uma vez que a produção de plástico virgem consome grande quantidade de petróleo e gás natural.

Um mundo sem plásticos

Desplastificar é a ação progressiva de reduzir e minimizar o uso de plásticos nas operações, produtos e serviços. Sob este conceito nasceu a Unplastify, uma startup argentina que, através de estratégias e mudanças de paradigma, garante que as empresas utilizem cada vez menos plástico.



Apenas 9% dos plásticos produzidos são reciclados globalmente. Portanto, o que fazemos é focar na desplastificação. Trabalhamos para acelerar processos de redução do uso de plásticos, redesenhando operações, hábitos e padrões de cada empresa.”

Mara Gabriel, coordenadora de certificação UPFC da Unplastify

Para demonstrar que uma empresa está cumprindo a desplastificação, a Unplastify fornece a certificação UPFC, que mede, valida e recompensa esta ação. “Este reconhecimento é concedido com base na medição da Unplastify Footprint, que avalia as ações implementadas para as mudanças realizadas, tanto nos produtos como nos



De acordo com um relatório recente da National Geographic, o desafio actual é gerir os 8.3 mil milhões de toneladas de plástico produzidos desde a década de 1950. Destes, mais de 6.3 mil milhões de toneladas tornaram-se resíduos. Surpreendentemente, destes resíduos, 5.7 mil milhões de toneladas nunca passaram por um processo de reciclagem.

Segundo pesquisa da Ecoplas, ONG que promove o desenvolvimento sustentável da indústria do plástico, há um alto nível de conscientização na Argentina em relação à prática da reciclagem, com 64% dos entrevistados afirmando ter consciência de sua importância. Da mesma forma, 91% o colocam entre os três materiais com maiores possibilidades de reciclagem, junto com o papelão e o papel.



Ao adotar estas práticas, desplastificação e reciclagem, direcionamos o nosso rumo para um estilo de vida sustentável, consciente e responsável. A hora de agir é agora e juntos podemos fazer a diferença.

Dicas para desplastificar:

- Tenha um pano ou sacola ecológica para fazer compras
- Leve sempre uma garrafa de água reutilizável
- Use produtos orgânicos de higiene pessoal

COBERTURA

PERU MODA E DECO



PERU MODA 2023

A moda é uma dança eterna entre o passado e o futuro, onde estilo e inovação se entrelaçam em cada coleção. Cada nova estação é uma página em branco para os designers, à espera de ser escrita com ousadia e criatividade.





Alpaca Clássica

Raízes profundas e métodos ancestrais moldaram a identidade da Classic Alpaca. Suéteres, cardigans, calças, leggings e até acessórios são bordados à mão por seus habilidosos artesãos. Além disso, cada trabalho, tom e ponto está comprometido com a sustentabilidade.

“Nesta coleção recente cobrimos toda a parte ecológica. Agora a empresa possui uma certificação de comércio justo e estamos a caminho de sermos certificados como GOTS, que é uma certificação voltada para roupas mais orgânicas”, afirma Rocío Lázaro, diretora regional de vendas e marketing.



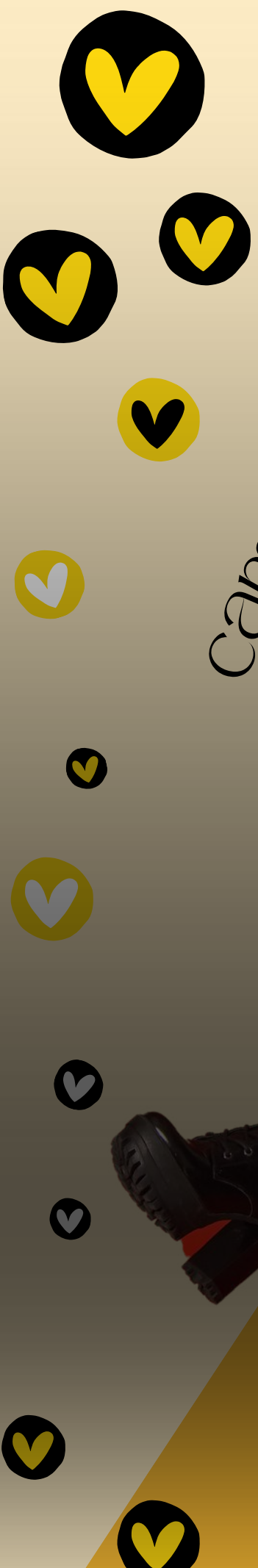
hola@grupothepulic.com

+52 1 56 2774 1902



campanhas digitais

GERENCIAMENTO INFLUENCIADORES





Cornélio Borda

“Nossa marca grita amor ao Peru”, entusiasma-se Renata García, designer e fundadora de Cornélio Borda.

Hoje, a marca é mais procurada nos Estados Unidos, Suíça, Holanda e Alemanha. Em relação à fabricação, a maior parte das coleções de calçados é feita no Peru.

“Utilizamos fios que sobraram da produção das roupas e transformamos em peças lindas como os tapetes que os sapatos têm em cima”, destaca.





Cecília Fiorentini

Se falamos de criatividade e de sair da zona de conforto, os sapatos de Cecilia Fiorentini são o melhor exemplo.

Os sapatos stiletto, sandálias, botins, botas e tênis são desenhados e confeccionados com muito profissionalismo, pois utilizam matérias-primas sustentáveis como couro de peixes de rio: truta, paiche e corvina. Por outro lado, a pele de alpaca se destaca como atrativo em vários de seus calçados.

“Nossa missão é criar um calçado que não seja apenas confortável e exclusivo, mas que seja uma extensão da personalidade e do propósito de cada mulher que o calça”, detalha Cecilia Fiorentini, designer da marca.





4. Harannow

Se tem algo que nunca sai de moda é o jeans. Das diversas cores aos metálicos, o jeans é um dos tecidos mais populares de todos os tempos.

A marca de jeans de maior destaque na Peru Moda se chama Harannow, que tem aproximadamente 10 anos de experiência no mercado local. Até o momento, já fizeram embarques para Bolívia, Equador e Chile. Mas agora pretendem expandir-se para o Panamá e os Estados Unidos.

Nos inspiramos em diferentes modas e tentamos estar à frente das tendências. Por exemplo, o formato Foil Denim só vai chegar ao mercado local em 2024, mas já o temos desde o final de 2022”, afirma Joel Chirinos, gerente geral.





“A fibra de alpaca está sendo cada vez mais valorizada e as técnicas também, seja ela artesanal ou tecida é o que lhe agrega valor”, afirma Lorena Romero, gerente de operações.



Seguir

Urma significa ‘aquela que deixa a beleza em seu rastro’, e é justamente essa a mensagem que a marca busca transmitir em cada um de seus produtos.

Oferece uma variedade de bolsas e carteiras confeccionadas com diferentes técnicas ancestrais e ecoprint. Também se aventuram na fabricação de roupas e almofadas para decoração de luxo.



O maior evento de moda do Peru comemorou 25 anos ao lado de grandes marcas nacionais.



EM
PRENDER



 Club de Empresas



**COMEÇAR É
SIMPLÊS**

CLUBDEEMPRESAS.COM



A receita para a beleza interior

1. Vá com calma: dedique um momento do dia para relaxar a mente e se desconectar de tudo que está lá fora.

2. Cultive o silêncio: quando há muito barulho fica muito difícil olhar para dentro. O silêncio é uma forma de contato com o seu verdadeiro eu.

3. Ouça o seu corpo: pergunte-se o que o seu corpo lhe diz todos os dias.

4. Viva as emoções: sejam elas positivas ou negativas, deixe-as virem à tona sem qualquer julgamento.

PILATES CONTRA O ESTRESSE NO TRABALHO



Pilates promove relaxamento mental e, por sua vez, nos torna mais produtivos no trabalho

O

ritmo acelerado da vida moderna, as exigências constantes no trabalho e as longas horas em frente a um ecrã podem ter um impacto

significativo na saúde física e mental dos trabalhadores..

Nesse sentido, o Pilates surge como uma disciplina valiosa para reduzir o estresse laboral e melhorar a qualidade de vida dos colaboradores. Helena Espinoza, fundadora do Pilates Perú, recomenda fazer Pilates pelo menos 3 vezes por semana durante 15 a 20 minutos, como intervalo no meio do expediente de trabalho.



“Para quem passa muito tempo no escritório, posso recomendar o Pilates Mac e o Pilates Reformer”

Helena Espinoza, fundadora do Pilates Peru

No Pilates Mat, os exercícios são trabalhados com o peso do próprio corpo e realizados sobre um colchonete. Já no Pilates Reformer a resistência é criada por meio de uma máquina projetada para esta disciplina.

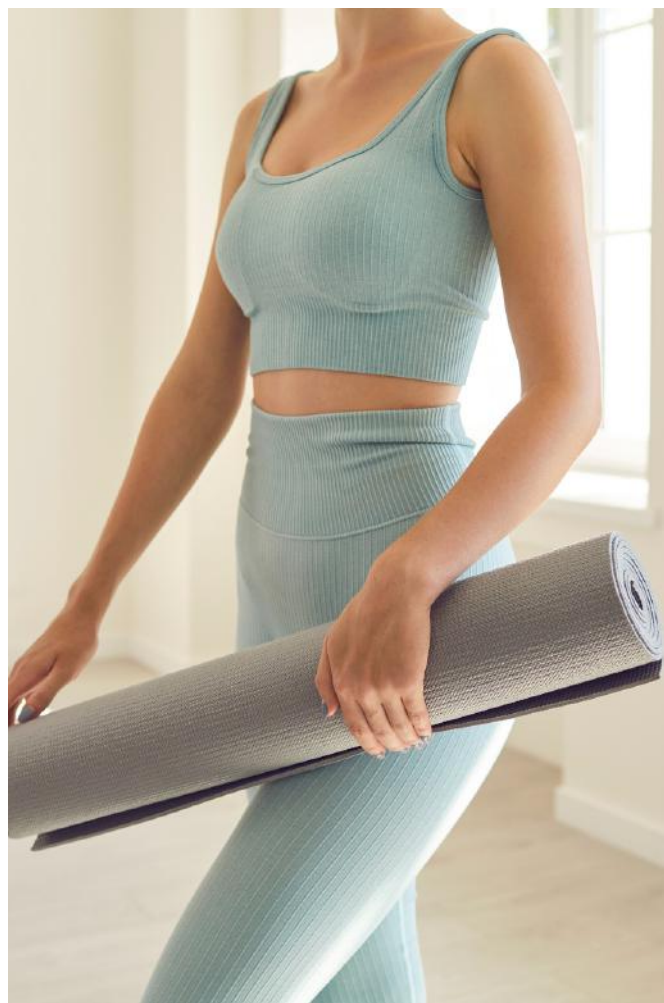
Os exercícios envolvem movimentos suaves e controlados que podem liberar a tensão acumulada e acalmar a mente.

“A atividade física proporciona sensação de bem-estar e relaxamento, pois quando nos exercitamos nosso corpo libera endorfina, que é uma substância que produz prazer e bem-estar no cérebro, durante e após o exercício.”

Fernando Malagón, clínico geral e medicina do trabalho.

Ao contrário de outras disciplinas, como a ioga, o Pilates é um método de condicionamento físico que foi desenvolvido para manter o corpo não apenas saudável, mas também funcional e ativo.

“Usa respiração, contração, concentração, fluidez, sincronidade e tem um pouco de mindfulness”, acrescenta Espinoza.



Assim, pessoas que praticam exercícios pelo menos duas ou três vezes por semana têm menos probabilidade de sofrer de depressão e ansiedade, podendo ter melhor humor. “Segundo alguns estudos, praticar exercícios pode até ajudar a prevenir o aparecimento do Alzheimer”, finaliza o médico.

Ao investir tempo nesta prática, os trabalhadores podem melhorar a sua saúde geral, reduzir o stress e aumentar a sua capacidade de lidar com as pressões do trabalho. Em última análise, isso leva a um ambiente de trabalho saudável, com funcionários mais felizes e produtivos.



Carteira compacta Couro de bezerro granulado preto com assinatura CD Icon

CARTEIRA DIOR

CARTEIRAS MASCULINAS

Homens moda



Monograma Lona revestida com lixívia
Acabamento em couro Forro têtil

PAREDE MÚTIPLA LOUIS VUITTON



Carteira pendente de couro de bezerro Rockstud

CARTEIRA SUSPENSA VALENTINO



Carteira em relevo com costura acolchoada

CARTERA SAINT LAURENT PARIS

A close-up photograph of a sunflower head, showing the dark brown center and the bright yellow petals. The lighting is warm and golden, creating a soft, glowing effect. The petals are in sharp focus, while the background is slightly blurred.

NR NucleoRural

Ideias que fazem o
agronegócio florescer

nucleorural.com

A humanidade de um anjo

Influenciada pelo romantismo,
Fernanda Chacaliaza mergulha nas
profundezas emocionais da arte,
cativante com sua
abordagem
intimista e
expressiva.



de



“Quero me expressar além do realismo, poder desconstruir um conceito e capturá-lo na pintura para expressar o que sinto e penso.”

F

ernanda Chacaliaza é publicitária, diretora de arte e pintora emergente. Embora sempre tenha se sentido atraído pelo desenho, há pouco mais de meio ano se aventurou na pintura

O seu interesse artístico levou-a a fazer um curso onde descobriu um talento especial e desde então tem pintado alguns projetos focados no realismo.

Esta obra, que durou aproximadamente três meses de trabalho, é reflexo de suas influências artísticas. Atualmente, sente-se atraída por pintores como Caravaggio e aposta no contraste entre luz e sombra para criar uma intensidade emocional nas suas composições.

A pintura, embora sem nome, é um exemplo da forte influência do romantismo, movimento

altamente emocional e subjetivo. O anjo denota escuridão e cansaço, ao contrário do que se poderia esperar, diz o jovem pintor.

“Para mim ele é um anjo que conhece a incerteza, um anjo mais humano”

Fernanda está determinada a continuar crescendo como artista e a explorar novas técnicas e abordagens em seu trabalho.

Apesar de ser relativamente nova no mundo da pintura, ela já provou ser uma força nova e estimulante.

A sua capacidade de captar emoções através do pincel faz dela uma artista a seguir nos próximos anos.



GRUPO EDITORIAL

THEPUBLIC

**SOMOS A PORTA
CERTA PARA
ANUNCIAR O SEU
PRODUTO**

Vendas
+521 56 2774 1902
hola@grupo**the**public.com



GRUPO EDITORIAL

THE PUBLIC

ANUNCIAR



Vivir
tec

Lobe
Mark



PLANETA
EN VERDE

Cobertura Noticiosa

Club de Empresas

Ejecutivo POWER

CON PODERES

COMUNICACION Y +AS

Noticiero E

NR Nucleo Rural

Con Styling.

MEGAMETROPOLI

Equipe comercial

+521 56 2774 1902

hola@grupothepublic.com