



Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Passo a Passo Para Falar Bem em Público

Rachel Polito e Reinaldo Polito – Literare – Valiosa dupla de mestres, tantas vezes premiada, desta feita conceberam uma obra de extrema importância para profissionais que necessitam expor-se publicamente. Seu título quase que define seu precioso conteúdo. O nome Polito é sinônimo de bem postar-se e falar em ocasiões de relevo. Este livro corrobora essa merecida fama. Literalmente, passo a passo, em cada página, o leitor poderá sorver conhecimentos inestimáveis para o fim proposto. Indubitavelmente o executivo, profissional de imprensa, advogado, empresários deverão torná-lo inseparável, seja no ambiente de trabalho ou em casa. Lições importantes serão extraídas. Um curso leve, profundo, certo, sem desvios, direto ao ponto. “Indolor”. Extremamente útil!



O Menino que Ouvia Pensamentos & A Brotinho que Não Conseguiu Crescer

Angélica Calheiros – Junior Marques (Ilustr) – Arteirinha - Trata-se de uma história que ensinará crianças a entender os ciclos naturais da vida. Menino salvou uma plantinha que somente ele ouvia seus gritos de socorro que ecoavam pela floresta. Levou-a para casa e dela passou a cuidar. A plantinha não se desenvolvia, apesar de todo carinho dispendido pelo garoto. Sua mãe propôs que o vaso fosse morar na casa à frente da sua. Após semanas, como que por encanto, observou-se seu crescimento, até tornar-se uma frondosa árvore. Com ilustrações muito bem feitas as mensagens fluirão pelas mentes infantis, e porque não, dos adultos também. Exemplo para compreensão da vida. Oportuno!

www.bcctelevisão.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL 33º Subdistrito - Alto da Mooca ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **RICARDO PEDROSO**, estado civil divorciado, filho de Norival Pedroso e de Sueli da Costa Pedroso, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **ALINE DIMITROV**, estado civil divorciada, filha de Radioni Dimitrov e de Sebastiana Eduardo Dimitrov, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **HUGO CÉSAR SOARES DOS SANTOS**, estado civil solteiro, filho de José Eustáquio dos Santos e de Wilmaria Cristina Soares dos Santos, residente e domiciliado em Cangaíba, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **LAURA DA SILVEIRA MORAES DUPIN**, estado civil solteira, filha de Jose Paulo Moraes e de Francynir Dupin da Silveira Moraes, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Londrina, nº 128, casa 02, Cangaíba, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Pantojo, nº 757, apto. 42, Alto da Mooca, neste subdistrito, São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL 3º Subdistrito - Penha de França Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **FÁBIO AUGUSTO HEMENEGILDO**, profissão: comerciante, estado civil: solteiro, naturalidade: em Patos de Minas, MG, data-nascimento: 16/07/1979, residente e domiciliado em Santana, São Paulo, SP, filho de Francisco Hemenegildo e de Luzia Aparecida Azevedo Hemenegildo. A pretendente: **SIRLEIA COSTA DE AVELLAR**, profissão: assistente administrativa, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Vila Prudente, SP, data-nascimento: 23/09/1968, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Caio Gomes de Avellar e de Graciete Luzia Costa de Avellar.

O pretendente: **GIOVANI MARTINEZ PIRES**, profissão: gerente administrativo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 19/11/1993, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Jose Vicente Pinha Pires e de Rosimara Barbosa Martinez Pires. A pretendente: **MARCELA FERNANDA FANHANI**, profissão: coordenadora pedagógica, estado civil: solteira, naturalidade: em São Bernardo do Campo, SP, data-nascimento: 05/07/1993, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Luiz Antonio Fanhani e de Gislaine Peçanha Fanhani.

O pretendente: **LEONARDO SANTANA GARCIA**, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: em Guarulhos, SP, data-nascimento: 27/08/2001, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Ronaldo Garcia Y Garcia e de Sandra Regina Moraes Santana. A pretendente: **ANA BEATRIZ DE OLIVEIRA**, profissão: técnica de seguros, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 17/05/2001, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Wilson de Oliveira e de Rosemeire Ferreira.

O pretendente: **ANDRÉ MENEZES DOS SANTOS**, profissão: programador, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 10/03/1999, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Antonio Claudio dos Santos e de Claudia Menezes dos Santos. A pretendente: **BRUNA CRISTINE RIBEIRO DE SOUZA**, profissão: psicóloga, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 18/04/2000, residente e domiciliada em Ermelino Matarazzo, São Paulo, SP, filha de Oséias Lopes de Souza e de Elayne Cristine Ribeiro de Souza.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

Conteúdo gerado pelo usuário: estratégia promissora do marketing digital

O conteúdo gerado pelo usuário (UGC, na sigla em inglês) está se consolidando como uma das estratégias mais eficazes no marketing digital, proporcionando uma maneira autêntica e eficaz de conectar as marcas com seus consumidores

Essa abordagem aproveita a autenticidade e o engajamento genuíno dos clientes, que criam e compartilham conteúdos como fotos, vídeos, depoimentos e avaliações, para não apenas ampliar o alcance dos produtos, por exemplo, mas também construir confiança e lealdade dos consumidores.

A autenticidade é cada vez mais importante no ambiente digital atual, onde o público está cada vez mais cético em relação a mensagens de marketing tradicionais.

Segundo pesquisa da Billo app, plataforma especializada em conteúdo gerado por usuários, 93% dos profissionais de marketing que utilizam UGC afirmam que ele supera o desempenho de conteúdos próprios. Outro estudo da empresa Backlinko mostrou que 60% dos consumidores consideram UGC a forma mais autêntica de conteúdo publicitário, aumentando a confiança na empresa e influenciando suas decisões de compra.

Segundo Eduardo Rodriguez, CEO da M.SEO, é uma ferramenta poderosa para criar uma conexão emocional com o público. “O que torna o conteúdo gerado pelo usuário tão valioso é o fato de que ele vem de experiências reais, do dia a



dia dos consumidores. Essa espontaneidade é o que dá credibilidade à mensagem e gera um impacto significativo”, explica.

O UGC pode ser utilizado para fortalecer a narrativa de marca, especialmente em campanhas que focam em novos produtos ou até mesmo causas sociais, criando um vínculo profundo com consumidores mais engajados.

Benefícios e exemplos - Além de aumentar a confiança do público, o UGC pode ampliar significativamente o alcance dos produtos ou serviços ofertados. Quando os consumidores compartilham suas próprias experiências, eles agem como embaixadores da marca, promovendo-a de forma orgânica. Um exemplo interessante dessa estratégia é da Starbucks, que

utiliza UGC para engajar consumidores por meio da campanha ‘#RedCup-Contest’.

“A marca incentiva os clientes a compartilharem fotos criativas com seus copos de café temáticos, promovendo uma interação direta com o produto. Além de aumentar o engajamento, essa prática ajuda a fortalecer a comunidade ao redor da marca, gerando conteúdos autênticos e ampliando o alcance da campanha nas redes sociais”, explica.

Outra estratégia de UGC que as empresas podem aplicar são iniciativas de co-criação, quando a própria marca incentiva os colaboradores a participar de atividades que apoiam a construção de narrativa da marca. “Campanhas como a da GoPro, que incentiva os usuários a compartilhar

vídeos e fotos capturados com suas câmeras, mostram o impacto dessa estratégia na construção de uma comunidade forte”, exemplifica Rodriguez.

A importância da transparência - Apesar dos benefícios, a transparência é fundamental para o sucesso do UGC. Com o aumento da vigilância sobre práticas de greenwashing e manipulação de dados, os consumidores estão cada vez mais atentos aos conteúdos publicados e endossados pelas marcas.

Por isso, as empresas precisam ser autênticas ao usar o conteúdo gerado pelo usuário, garantindo que ele reflita verdadeiramente suas ações, valores e objetivos. “Os consumidores conseguem identificar quando uma campanha é forçada ou desonesta. O segredo é envolver o público de forma transparente e integrada às operações da empresa”, alerta Rodriguez.

No final das contas, o foco do branding deve estar no próprio cliente. Estratégias que colocam o consumidor no centro da comunicação, como o UGC, são as que mais se destacam, e com a autenticidade que está em disputa nas redes sociais. - Fonte e mais informações: (https://mseos.com.br/).

Retorno ao trabalho presencial: maioria dos profissionais de TI mudariam de emprego

Um estudo realizado pela BossaBox, startup que aloca e gere profissionais de tecnologia para empresas e scale-ups, comprovou que o trabalho remoto se tornou realidade para os times de tecnologia e produto.

Quando questionados sobre quais fatores ou circunstâncias levariam especialistas em tecnologia a considerar uma mudança de emprego, 79,8% deles indicaram o retorno para o trabalho 100% presencial, destacando a importância da flexibilidade, ainda em discussão por muitas empresas, como chave para a retenção de talentos.

Além da flexibilidade, os benefícios da atuação remota apontados pelos talentos da área são bastante evidentes, ainda de acordo com a pesquisa. Os mais apontados são a otimização de tempo e conforto de poder trabalhar de qualquer lugar, por exemplo. Mesmo assim, muitas organizações ainda enfrentam desafios para manter a produtividade da equipe neste modelo.

Pensando nisso, João Zanoce, fundador, Head de Produtos & Marketing da BossaBox e responsável por

liderar os projetos digitais da startup, separou três conselhos que podem potencializar o rendimento do time de tecnologia e produto. Confira:

1) Incentive o time a organizar a rotina - Assim como no trabalho presencial, estabelecer uma rotina clara é fundamental para quem trabalha remotamente: definir horários regulares e organizar a agenda são cruciais para promover o bem-estar mental e, por conseguinte, aumentar a produtividade.

“Engajar o time a pensar na semana previamente auxilia esses profissionais a terem visibilidade das demandas e a organizar o dia a dia de acordo com os projetos em andamento. Assim é possível reservar períodos específicos para o trabalho, momentos de lazer, descanso e estudo”, explica Zanoce.

2) Crie um ambiente agradável - O local de trabalho - mesmo que sem ser presencialmente - exerce um impacto direto nas emoções, influenciando significativamente a produtividade e bem-estar. “E

eu digo isso em dois sentidos: primeiro, é importante reforçar que o profissional tenha uma mesa organizada, por exemplo. Esse é um fator essencial para minimizar distrações e aumentar o foco.

É recomendável escolher um local adequado, bem iluminado, arejado e decorado com elementos que proporcionem conforto e inspiração pessoal. Mas também é crucial que o líder de produto e tecnologia crie uma atmosfera agradável de trabalho com prazos e metas alcançáveis e discutidas entre partes”, afirma Zanoce.

3) Crie o networking entre equipes ou squads - Quem disse que ser freelancer precisa ser uma jornada solitária? “É importante possibilitar que aqueles profissionais que estão no seu squad por um tempo ou na equipe interajam entre si, isso é bom para o negócio e para o projeto, já que o conhecimento é ampliado e insights compartilhados”, conclui Zanoce. - Fonte e outras informações: (https://bossabox.com/).



Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

www.netjen.com.br

3106-4171

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/EF9B-649E-0986-2361> ou vá até o site <https://assinaturas.certisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: EF9B-649E-0986-2361



Hash do Documento

246CE3134FAD11FC14386CEFD70C554FC1A4A3055E1E287EBC93B8C6F6568288

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 27/09/2024 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 27/09/2024
19:43 UTC-03:00
Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS
LTDA - 05.687.343/0001-90

