

COMUNICAÇÃO

POR QUE O BARULHO DA SUA MARCA NÃO SIGNIFICA CONEXÃO?

▶▶ Leia na página 8

Cinco vantagens competitivas que a cultura brasileira oferece às marcas

Especialista do Grupo if detalha como a brasilidade, quando aplicada com estratégia, transforma ações de marketing em resultados de negócio

A consolidação do Brasil como potência cultural global, oficializada com o título de 'País Mais Criativo do Mundo no Cannes Lions 2025', abre um novo campo de oportunidades para as marcas. O reconhecimento do mercado internacional evidencia um ativo que vai além de prêmios: uma base fértil para a criação de vínculos com o consumidor. O desafio está em converter a brasilidade de um recurso estético para uma ferramenta de conexão.

“Essa premiação do Brasil reforça que somos uma grande potência de criatividade. Esse é o ponto principal que a nossa cultura oferece como vantagem competitiva - a criatividade. Temos pluralidade, diversidade, humor, ritmo, calor humano. Quando uma marca consegue se conectar genuinamente com esses elementos, ela não só se diferencia, como cria um vínculo emocional. E vínculo, no fim do dia, vende muito mais do que qualquer anúncio gritante”, afirma a CMO e cofundadora do Grupo if, hub de criatividade referência no mercado de live marketing, Paula D’Almeida.

Paula vê em seu dia a dia a importância de traduzir essa potência em ações que geram experiências e conversas. “O trabalho do hub busca mostrar que a aplicação da cultura brasileira, quando foge dos estereótipos, resulta em campanhas que emocionam e performam. É o caso de ativações em bares do Rio de Janeiro com a Ambev, um exemplo de como insights culturais geram engajamento e promovem a transformação de comportamento do consumidor”, comenta Paula.

A CMO do Grupo if detalha cinco vanta-



Paula D'Almeida

“E vínculo, no fim do dia, vende muito mais do que qualquer anúncio gritante.”

gens competitivas que a cultura brasileira oferece para a construção de marcas:

1. Pluralidade cultural como diferencial criativo

O Brasil funciona como um mosaico de referências, rituais e regionalismos. “Para marcas, isso representa um campo vasto para a criação de ações com autenticidade. O segredo está na capacidade de praticar a escuta ativa e desenvolver repertório sobre os diferentes Brasis que existem dentro do país, transformando a diversidade em fonte de inovação”, explica Paula.

2. Capacidade de gerar vínculos emocionais com verdade

A intensidade presente nas relações sociais do povo brasileiro se reflete na maneira como o público se conecta com

as marcas. Uma comunicação que fala com verdade, que representa genuinamente um sentimento ou um costume, encontra um terreno preparado para o engajamento. Paula reforça que, nesse contexto, a emoção torna-se um caminho para a lealdade.

3. Poder de formar comunidades e fã-bases

O sentimento de pertencimento é um valor para o público brasileiro. Isso acontece porque as pessoas respondem de forma potente quando se veem representadas em campanhas e ações. Marcas que entendem e aplicam esse princípio, conseguem construir mais do que uma base de clientes, elas cultivam comunidades de fãs que defendem e promovem a marca de maneira orgânica.

4. Originalidade e espontaneidade como assinatura na comunicação

O humor, a capacidade de improviso e a forma de se relacionar do brasileiro são ativos de comunicação. Quando bem aplicados, geram diferenciação e proximidade. “Um exemplo é a ação Conta Ambev, desenvolvida pelo Grupo if. A ativação se apropriou da expressão ‘Quem senta na ponta paga a conta’ para promover o consumo consciente de álcool em bares. Com leveza e contexto, a marca ofereceu água e petiscos a quem pedia uma cerveja, transformando uma mensagem de responsabilidade em uma experiência com humor local”, exemplifica Paula.

5. Potencial de transformar cultura em experiência sensorial

O live marketing é a ferramenta que permite que uma marca transforme a brasilidade em uma vivência. “Esse formato tira a cultura do campo do discurso e a materializa em sensações reais, como um sabor, uma música ou uma interação. Essa abordagem torna a conexão com a marca uma memória, estabelecendo um vínculo que vai além da transação comercial e se fixa na experiência vivida”, conclui a cofundadora do Grupo if.

Saiba como a IA pode transformar seu negócio no marketing digital

Da criação de conteúdo à análise de dados: descubra como o uso da IA pode turbinar o crescimento de sua empresa. ▶▶

Por que procurar emprego quando se está empregado?

Por que procurar por um outro emprego se está ocupando um cargo atualmente? Afinal, teoricamente, não há uma “necessidade” em encontrar uma outra vaga para ter uma fonte de renda ou se permanecer ativo no mercado. ▶▶

E-commerce em alta: cinco apostas para crescer mais

O crescimento do e-commerce já é uma realidade. Até porque, se antes o público tinha preferência por fazer compras nas lojas físicas, hoje essa realidade é confrontada com a maior preferência pelos canais online. ▶▶

Por que a gestão em nuvem é essencial para empresas na era digital?

Velocidade, estratégia e precisão. Esses três elementos vêm ganhando força à medida que vemos o avanço da transformação digital nas organizações. Diante do atual cenário que exige a rápida adaptação dos negócios, estabelecer uma gestão em nuvem se tornou mais do que um diferencial, uma necessidade. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Kitinut_Tum_CANVA



Orizon discute soluções para a descarbonização da indústria na Expocimento 2025

Solução ambientalmente adequada para o manejo e a destinação correta de resíduos, a blendagem para coprocessamento é uma opção eficaz para eliminar o lixo descartado nos grandes centros urbanos. A técnica será alvo de debates no 9º Congresso Brasileiro de Cimento e a primeira edição da Expocimento, que acontece de 30 de junho a 2 de julho no Golden Hall WTC, em São Paulo. Organizado pela Associação Brasileira de Cimento Portland (ABCP) e o Sindicato Nacional da Indústria do Cimento (SNIC), o evento reunirá autoridades, lideranças e especialistas para debater soluções sustentáveis para amenizar os impactos da indústria do cimento no ambiente urbano. Utilizado em larga escala na Europa, Estados Unidos e Japão, o método de coprocessamento é voltado à eliminação de resíduos industriais e passivos ambientais como pneus, por exemplo. ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Reprodução: https://www.iasolaris.com.br/



Evento online para mostrar como a tecnologia está transformando a rotina fiscal

@A IA SOLARIS — primeira plataforma brasileira de inteligência artificial generativa totalmente dedicada ao setor tributário e fiscal — anuncia seu primeiro webinar oficial com o tema: “IA tributária: mais simples que o ChatGPT e feita para você”. O evento acontece no dia 01/07/25, às 20hs (horário de Brasília), e será gratuito. Nele, serão apresentados exemplos práticos de como a IA já está auxiliando contadores, advogados e empresas na recuperação de créditos fiscais, na construção de defesas, e na análise de regimes tributários, sem exigir qualquer conhecimento técnico em IA. “A maioria dos profissionais fiscais ainda não testou IA por achar que é complicado ou pouco confiável. A IA SOLARIS prova o contrário”, diz Dr. José Rodrigues, idealizador da IA SOLARIS. A plataforma é treinada por advogados tributaristas e já conta com assistentes especializados para a Reforma Tributária, PIS/COFINS, Defesas fiscais, Planejamento tributário e muito mais (https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_gmSTVmiRQ1KU2V7P5HGMRw). ▶▶

Leia a coluna completa na página 2

Ética e Integridade

Sobre o
PL 4.958/23

Denise Debiasi

▶▶ Leia na página 4

