

➔ EDITORIAL

## Que tal um tempo de qualidade offline?

A discussão sobre uso das telas por crianças e adolescentes tem ganhado cada vez mais espaço e se tornou tema do **GeraçãoE** desta semana. As pesquisas mostram os impactos do uso excessivo, mas como nadar contra a correnteza, se nem nós, adultos, conseguimos dar um tempo das telas? Acredito que todo mundo já viveu aquele momento em um almoço de família ou em uma mesa de bar com amigos em que todos os presentes estavam olhando para as telas dos celulares ao mesmo tempo. Então, de que forma incentivar e mostrar para os jovens que existe muita vida além das telas?

Percebendo que essa demanda social é também uma demanda de mercado, empreendedores e empreendedoras criam negócios que são alternativas ao tempo de tela. Em uma das histórias contadas na Página Central dessa edição, mostramos o Clube Juntô, novidade em Porto Alegre que surge como um espaço para que os jovens se desconectem dos eletrônicos e se conectem às atividades oferecidas. Uma das propostas é que, por lá, os celulares não são permitidos. Mas isso não significa ficar desconectado: um orelhão com um celular foi instalado no pátio para que os adolescentes usem quando necessário. Até o trailer do filme Toy Story 5, que estreia em junho deste ano, reforça o tema: o tablet é o novo inimigo dos brinquedos tradicionais.

Criar alternativas criativas por meio do empreendedorismo, que entendam as necessidades de uma nova geração, mas, ao mesmo tempo, provoquem para outras possibilidades pode se tornar cada vez mais necessário.

**ISADORA JACOBY**  
@isajacoby

➔ EXPLORAR

# Novo papel do marketing nas empresas



Mariana da Rosa, CMO da Palco Inteligência de Negócios

O CMO Summit 2026, que aconteceu no fim de março, consolidou um ponto de inflexão claro para o mercado: não estamos mais discutindo o que é marketing, estamos discutindo o que ele entrega efetivamente para o negócio. Cinco movimentos se destacam para quem está à frente de empresas e precisa transformar informação em decisão estratégica.

**1. Marketing deixou de ser comunicação - virou arquitetura de receita:** o CMO agora atua como um verdadeiro alocador de capital. A discussão central não é mais qual campanha fazer, mas sim onde investir para gerar o melhor retorno. Métricas como LTV, CAC e contribuição por canal passaram a orientar as decisões estratégicas, conectando o marketing diretamente ao P&L das organizações.

**2. Dados não resolvem - interpretação resolve:** empresas com muita informação e pouca leitura estratégica estão apenas acelerando decisões equivocadas. A pesquisa de mercado volta ao centro das atenções, não como simples coleta, mas como ferramenta de interpretação do comportamento e da jornada do cliente.

**3. O cliente não é o centro do discurso - é o ponto de parti-**

**da da operação:** metodologias como o Working Backwards, da Amazon, reforçam uma mudança prática: decisões precisam começar no cliente e não no produto. Empresas que estruturam sua estratégia a partir da necessidade real conseguem reduzir desperdício, aumentar aderência e acelerar o ritmo de crescimento.

**4. Confiança virou ativo econômico:** marcas que entregam experiências consistentes reduzem a comparação com concorrentes e aumentam a fidelização.

**5. IA não substitui estratégia - exige maturidade de gestão:** a presença massiva de IA no evento mostrou um avanço importante: saímos do hype para a aplicação. O ganho real está na eficiência, automação e escala, mas o risco reside em decisões automatizadas sem critério. O diferencial passa a ser menos a tecnologia e mais a capacidade de decisão.

O CMO Summit 2026 deixa uma mensagem direta: o marketing entrou definitivamente na mesa de decisão. O desafio agora não é acompanhar tendências, mas fazer escolhas melhores, com menos dispersão e mais clareza. Porque, no fim, não falta informação. Falta decisão.

Geração-e

## Bistrô funcional do Litoral abre em Porto Alegre com opções para celíacos e intolerantes à lactose

Um lugar seguro para celíacos, veganos e intolerantes à lactose, com um cardápio recheado. Essa é a proposta do **Da Nutri Bistrô (@danutri\_comidafuncional)**, restaurante do Litoral que chegou em março a Porto Alegre com o intuito de proporcionar uma experiência de segurança e acolhimento para um público historicamente excluído na gastronomia. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira a matéria completa.



GUSTAVO MARCHANT/ESPECIAL/JC



**ISADORA JACOBY**  
Editora-assistente  
@isajacoby



**JÚLIA FERNANDES**  
Repórter  
@eujuliafernandes



**DENER PEDRO**  
Estagiário  
@denerpedro\_



**GUSTAVO MARCHANT**  
Estagiário  
@marchxnt

**Editor-chefe:**  
Guilherme Kolling

**Projeto gráfico:**  
Luís Gustavo  
Van Ondheusden