

/ PALAVRA DO LEITOR

Maratona de Porto Alegre

A 41ª edição da Maratona Internacional de Porto Alegre já está consolidada no calendário da cidade, que vê os negócios aproveitarem o movimento para conseguir números expressivos no setor de hotelaria (Jornal do Comércio, edição de 28/06/2026). Porto Alegre é uma das melhores capitais para viver no Brasil e não tem nada. A Maratona é um exemplo que se tiverem eventos como festas, shows, lazer, cultura, que impulsionam a saúde e o esporte, acabam atraindo turismo, movimentando a economia, gerando empregos e impulsionando o desenvolvimento da cidade e do Estado. (William Oliveira)



Maratona de Porto Alegre II

É possível lucrar muito com a realização de eventos como a Maratona de Porto Alegre. Está na hora da cidade acordar para a oportunidade. (Maurício Cernicchiaro Ouriques)

Campeonato Brasileiro

A Imortal Torcida Tricolor compareceu no sábado (30/05) com vontade de enxergar um time de futebol no gramado da Arena contra um Corinthians de pior ataque do Campeonato Brasileiro na mesma escala de pontos na tabela. Foi amordaçada, levou três gols desse ataque, por uma vexatória derrota com uma substituição de um goleiro reserva de menos de 20 anos. Isso levou a uma imprevisível virada ao natural. E agora, esperar pelo desastre de um mais rebaixamento no segundo semestre? Ficar a ser torturado por um elenco perdido sem identidade de clube de futebol? Um time anêmico sem esquemas de jogadas, erros insistentes de passes e uma defesa vulnerável? A Imortal Torcida Tricolor deve despertar na atitude de reagir urgente agora, senão seremos a bola da vez na temível Série B! (Helder Pinheiro Mayer, por e-mail)

Na coluna Palavra do Leitor, os textos devem ter, no máximo, 500 caracteres, podendo ser sintetizados. Os artigos, no máximo, 2300 caracteres, com espaço. É necessário indicar no título de e-mail se é "Artigo" ou "Palavra do Leitor". Os artigos e cartas publicados com assinatura são de responsabilidade dos autores e não traduzem a opinião do jornal. A sua divulgação, dentro da possibilidade do espaço disponível, obedece ao propósito de estimular o debate de interesse da sociedade e o de refletir as diversas tendências.

Aos anunciantes e agências de publicidade

Alteração de horário de fechamento

Face ao feriado de Corpus Christi em 04 de junho de 2026, a edição do dia 04 será conjunta com a do dia 03 de junho, com o fechamento comercial às 17h do dia 02 de junho.

A edição do dia 05 de junho de 2026 circulará normalmente, com o fechamento comercial às 17h do dia 03 de junho.

/ ARTIGOS

TJRS inova no tratamento a pessoas com TEA

Cíntia Teresinha Burhalde Mua

Decisão recente do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (TJRS) pode representar uma mudança importante na forma como o Judiciário enfrenta demandas relacionadas à saúde pública, especialmente no atendimento a crianças e adolescentes com Transtorno do Espectro Autista (TEA).

No caso envolvendo o município de Eldorado do Sul, a 7ª Câmara Cível reconheceu que o problema ultrapassava a situação individual apresentada no processo. Em vez de limitar a decisão ao fornecimento isolado de terapias, o Tribunal adotou uma solução estrutural, promovendo diálogo entre Estado e Município para reorganizar a rede de atendimento.

O resultado foi a construção de um acordo interinstitucional que prevê a implantação de um Centro de Atendimento em Saúde especializado (CAS/TEAcolhe), com definição de metas de funcionamento, prazos de implementação e mecanismos de acompanhamento. A medida busca garantir atendimento rápido e eficiente às crianças com TEA, além de evitar novas ações judiciais sobre o mesmo tema.

A decisão também se alinha a diretrizes recentes do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), que recomenda a identificação de conflitos estruturais – aqueles em que o problema não é individual, mas decorre de falhas sistêmicas na política pública. Nesses casos, o Judiciário passa a atuar como facilitador do diálogo institucional, em vez

de limitar-se a decisões pontuais.

O modelo representa uma evolução do processo judicial tradicional. Em vez de resolver apenas o pedido de uma família, a Corte buscou enfrentar a causa do problema, promovendo ajustes na rede pública de saúde. A solução foi construída com participação de gestores e homologada pelo Tribunal, conferindo segurança jurídica ao acordo. A iniciativa dialoga com a legislação brasileira, que garante atenção integral às pessoas com TEA.

Para além do caso concreto, a experiência pode servir de referência para outros municípios. Ao estruturar metas, responsabilidades e formas de monitoramento, o modelo tende a dar previsibilidade à gestão pública e a reduzir a repetição de ações judiciais individuais.

Se implementado de forma efetiva, o modelo pode significar não apenas a resolução de um processo específico, mas a reorganização de políticas voltadas ao atendimento de crianças com autismo, com impacto direto na qualidade e na continuidade dos serviços oferecidos à população.

Coordenadora do Observatório de Conflitos Estruturais, Complexos e de Alta Repercussão da ESM/AJURIS

A medida busca garantir atendimento rápido e eficiente às crianças com TEA

Pós-venda como estratégia de negócio

Thiago Spagnollo

Durante muito tempo, o pós-venda foi tratado como etapa final da jornada do consumidor, quase um custo inevitável depois da conversão. Essa lógica, no entanto, foi substituída por uma visão mais estratégica, em que atendimento e relacionamento passam a ocupar o centro das decisões de negócio.

A forma como uma empresa responde influencia diretamente sua imagem

marca é decisivo, inclusive após a compra. Em outras palavras, vender bem já não basta: é preciso sustentar a experiência.

Assim, o pós-venda assume um papel mais amplo, não se resumindo a apenas um canal para resolver problemas. Cada contato, dúvida ou reclamação carrega informações valiosas sobre uso do produto, falhas de comunicação e

oportunidades de melhoria. Quando estruturado, o atendimento deixa de ser reativo e passa a orientar decisões de marketing, desenvolvimento e operação.

Há também um efeito econômico relevante. Não por acaso, consumidores satisfeitos têm maior propensão a recomendar marcas espontaneamente, ampliando alcance sem custo adicional. O pós-venda, portanto, não só protege receita como também contribui para sua expansão.

Outro ponto crítico é a reputação. Em ambientes digitais, avaliações públicas, notas em plataformas e comentários em redes sociais funcionam como extensão da experiência de consumo. A forma como uma empresa responde influencia diretamente sua imagem e competitividade. Um atendimento eficiente reduz reclamações, fortalece confiança e pode, inclusive, influenciar algoritmos e visibilidade em marketplaces. Isso representa uma mudança relevante, onde a marca não se constrói apenas na promessa, mas na entrega contínua.

No fim, empresas que tratam o atendimento como centro de inteligência operam melhor, aprendem mais rápido e constroem relações mais duradouras. E, em um cenário onde confiança vale tanto quanto preço, isso deixa de ser suporte e passa a ser estratégia.

Supervisor de Marketing da Multiflon