

AMANHÃ

G E S T Ã O • E C O N O M I A • N E G Ó C I O S

Campeãs da
Inovação
2026

**O FUTURO
É AGORA**

As empresas da região Sul estão aplicando cada vez mais a Inteligência Artificial na otimização de processos e de recursos para suas inovações

GESTÃO

Quem são as empresas mais inovadoras do Sul

E MAIS

Os cases inspiradores de Britânia, Tigre e Lojas Renner

ESPECIAL

AMANHÃ: o Sul em evidência há 40 anos



Você não vence a distração. Apenas se mistura a ela

COMO ESCONDER UMA ÁRVORE

Sair das redes sociais e olhar menos o celular são o “parar de fumar” dos nossos tempos: aquela resolução de Ano Novo que não dura mais de 24 horas e põe abaixo as melhores ilusões de autocontrole. Embora ambos, mundo digital e nicotina, tenham como semelhança a capacidade química de viciar, para a dependência em smartphones e suas engrenagens, os fatores concorrentes são um pouco mais profundos que os do tabaco, ainda que um Dráuzio Varella da vida tente nos provar o contrário.

O motivo é relativamente óbvio: enquanto a socialização e o alívio de tensões passavam pelo cigarro, a vida atual acontece quase toda no celular. Se listarmos a quantidade de objetos que conhecemos (ou conhecíamos) e que o aparelho substituiu, nos espantaremos: agenda, jornal, revista, telefone, currículo profissional, cartão de visita, prospectos de empresas, lista telefônica (e suas páginas amarelas), calendário, relógio, rádio, televisão, fita VHS, caderno, apostila, caneta, papel, calculadora, lanterna, máquina fotográfica, filmadora, bilhete de loteria, álbum de fotografia, baralho de cartas, despertador, livro, classificados, passagens de ônibus e avião, terminal bancário, aparelho de som e o que mais a memória e o vocabulário vintage alcançarem. Como boa parte disso não está embarcada no aparelho, precisando, portanto, da internet para funcionar, admiraria se as promessas de desconexão de fato se cumprissem.

Todos esses recursos reunidos num mesmo dispositivo fornecem um convite quase irrecusável a utilizá-los de forma simultânea ou rapidamente



alternada. E as consequências que acarreta, como a falta de foco e a distração, são tão previsíveis quanto inevitáveis. Daí que vivamos uma epidemia de distração, e não uma epidemia. Ela é estrutural, permanente e indissociável do mundo que construímos ao nosso redor, não um surto passageiro, freável com medidas sanitárias tradicionais. Dela só conseguimos atenuantes, jamais a cura. Aprendamos a lidar com isso – pessoal e profissionalmente.

Sim, porque a hiperconexão distraída traz evidentes consequências para a publicidade e para o branding. E as principais residem na necessidade de acompanhar os microciclos de (des)atenção do usuário misturando-se à paisagem das telinhas. Ou seja, fragmentando em dezenas de peças



ANDRÉ CAUDURO D'ANGELO

Professor, consultor e titular do blog Sr. Consumidor no Portal AMANHÃ

autônomas uma mensagem que, em outros tempos, estaria reunida basicamente em três formatos – spot de rádio, comercial de TV e anúncio de mídia impressa – e, hoje, são inseridas em diferentes aplicativos, redes sociais e sites pelos quais um usuário típico se alternará ao longo do dia. E preferencialmente confundidas com conteúdo não comercial e sem demandar qualquer processamento mais consciente do consumidor. Familiaridade, referências simples e apelo a fatos recentes ajudam – tudo que concorra para uma certa facilidade, enfim. É pelo atalho mental que se deve enveredar.

Em todas as florestas

“Na mídia social, tudo fica disperso”, lamenta-se o multipremiado publicitário Marcello Serpa, em sua autobiografia profissional (“Vendo”, ed. Alfunte, 2025, p. 203). “O impacto

da ideia foi diluído, porque ela fica em tantos canais diferentes e ninguém está junto olhando”.

Por isso é necessário volume e reiteração, também. “Você não precisa de um filme, precisa de centenas de variações curtas, rápidas, contextualizadas”, concorda Patrícia Macedo, CMO da Suzano Papel & Celulose (Valor Econômico, 2 mar. 2026). Algo que tem se traduzido na diluição dos investimentos publicitários. Um representante da rede mundial de agências Publicis afirmou que “nenhuma das principais plataformas representa mais de 4% do total de gastos de marketing para nossos clientes” (Newsletter da Josette Goulart, 20 fev. 2026).

Em seu romance “A tarde da sua ausência” (Cia. das Letras, 2003), Carlos Heitor Cony estabelece um diálogo que serve de metáfora para os desafios das marcas atualmente. Nele,

um personagem provoca o outro:

— Você já tentou esconder uma árvore?

— Esconder o quê? Uma árvore?

— Sim. Uma árvore.

— Mas como esconder uma árvore?

— É fácil. Basta colocá-la numa floresta.

A publicidade e o branding de hoje são árvores que precisam ser misturadas à floresta para ingressar no campo de visão do usuário. Com alguma sorte, serão notadas individualmente, por algum traço distintivo. Mas, na maior parte das vezes, serão apenas partes de um todo pouco distinguível. A postura mais prudente consiste em plantar árvores em todas as florestas possíveis.

E torcer para que uma combinação de solo, sol, seiva e ventos algorítmicos permita que vinguem.

#Rumo80anos

FOCKINK®

gerando soluções e integrando tecnologias

A Fockink transforma conhecimento em soluções para o agro e indústria.

Unindo tradição, inovação e tecnologia própria, desenvolvemos soluções integradas que promovem eficiência, sustentabilidade e produtividade, mantendo vivo o princípio que nos acompanha desde a fundação:

"A melhor propaganda é o serviço."

Alfredo Arnaldo Fockink

Sistemas de Irrigação

Sistemas de Temperatura Digital e Aquecimento

Sistemas de Ceração Fotossintética

Biogás

Subestações

Painéis Elétricos e Automação

Instalações Eletromecânicas

Painéis e Calhas Metálicas Várias

Equipamento de Recarga Veicular

Fockink IoT

somoscoop»

ANS - nº 366439

50 anos de história. Um futuro inteiro para inovar.

uniodonto 
Porto Alegre

50
anos

Sonhando
Acreditando
Cooperando

Há cinco décadas, a Uniodonto Porto Alegre atua como operadora de planos odontológicos, evoluindo junto com seus colaboradores, cooperados, beneficiários e com a comunidade.

Seguimos construindo o futuro com o propósito de sempre: **cuidar**.

Uniodonto Porto Alegre: cooperativismo que cuida. Inovação que transforma.