

OPINIÃO

O fim do efêmero: por que o descarte virou o maior risco reputacional do Live Marketing

Iron Neto (*)

Em um mercado de R\$ 140 bilhões, o verdadeiro legado de um evento começa quando ele termina: e é nesse momento que reputação, confiança e valor para as marcas são realmente colocados à prova

Historicamente associado ao efêmero e ao desperdício em escala, o setor de Live Marketing enfrenta um ponto de inflexão inevitável. À medida que as grandes corporações passam a exigir métricas ESG rigorosas em toda a sua cadeia de fornecedores, a sofisticação da indústria não será mais medida pelo impacto visual imediato, mas pela capacidade de alinhar alta arquitetura de experiência à inteligência circular. O fim da era do descartável deixou de ser uma bandeira conceitual para se tornar uma tese central de eficiência financeira e reputacional.

A escala deste desafio é proporcional ao peso econômico da indústria: um mercado de R\$ 140 bilhões no Brasil, segundo a Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (ABRAPE). Quando dados da pesquisa Global Consumer Insights Survey, realizada pela PwC, indicam que 80% dos consumidores estão dispostos a pagar mais por marcas com práticas sustentáveis comprovadas, a mensagem para o C-Suite é direta: o ecossistema de eventos tornou-se um vetor de vulnerabilidade — ou de fortaleza — para o valor reputacional das marcas. Em um cenário onde 68% do público exige protagonismo ecológico das corporações, de acordo com o relatório Global Trends da Kantar, a circularidade deixa de ser um adendo estético ou uma ação de marketing isolada para se consolidar como o novo benchmark de compliance e relevância competitiva.

Esta é uma provocação que precisa nascer na essência da concepção dos projetos, encarada como uma metodologia de criação contínua que atravessa toda a cadeia produtiva, de ponta a ponta. Trata-se de enxergar em cada etapa uma oportunidade de transformação, onde o respeito às pessoas, aos insumos e ao tempo se torna a matéria-prima principal. O olhar inovador é justamente aquele que investiga o potencial oculto de cada recurso, priorizando a ressignificação antes de buscar o inédito na extração de novos materiais.

A verdadeira prova de fogo desse modelo reside na escala dos megaeventos. Como

grandes financiadoras do ecossistema de entretenimento, as corporações têm não apenas a oportunidade, mas a responsabilidade de liderar essa transição estrutural. Substituir o ciclo 'construção-demolição-descarte' por pavilhões e cenografias de alta modularidade — projetados para durar, reutilizar e evoluir a cada edição — representa a maturidade do setor. Isso prova que a escala monumental e o impacto estético não exigem a dilapidação de recursos, mas sim uma engenharia de projeto mais sofisticada.

Na edição passada do Rock in Rio, por exemplo, tínhamos um pavilhão que foi concebido a partir de uma estrutura de ferro escolhida estrategicamente por sua durabilidade e potencial de reaproveitamento, mantendo vigas e pilastras aparentes sem a necessidade de acabamentos descartáveis e dispensando o uso de ar-condicionado em favor de uma arquitetura baseada na ventilação natural. O mesmo rigor esteve no desenvolvimento de ativos de circularidade, como os copos reutilizáveis com alça, e a criação de uniformes autorais confeccionados a partir de roupas de eventos anteriores.

Quando essa filosofia guia a criação, a sustentabilidade se traduz em soluções repletas de poesia, design e inteligência. É o planejamento que valoriza a dinâmica das equipes de forma mais humana e eficiente, ou a união de tecidos e vestimentas do passado ressignificados em novos uniformes autorais, carregados de arte e autenticidade. O rigor na curadoria da matéria-prima e a atenção cirúrgica aos detalhes não apenas reduzem a pegada ambiental, mas elevam o valor percebido da experiência, tornando o ativo da marca inesquecível.

Antecipar esse futuro é um convite para que o mercado evolua em sua forma de pensar, criar e realizar. O compromisso com a continuidade das ideias e dos materiais não limita a criatividade; pelo contrário, expande os horizontes da inovação. É ao abraçar essa perspectiva que guiamos a indústria para um novo patamar — onde a originalidade autêntica nasce do respeito ao tempo, da inteligência produtiva e do valor de construir memórias duradouras. Afinal, o futuro da reputação das marcas não será construído sobre o que elas descartam ao fim de um evento, mas sobre o legado que decidem deixar.

(*) Sócio fundador da Todos. Projetos, primeira agência de Live Marketing da América do Sul a conquistar a certificação Sistema B.

Detox digital

Simplesmente abandonar as redes sociais não é uma grande ideia

A desconexão das redes sociais costuma ser apresentada como uma solução simples para reduzir o estresse decorrente de longos períodos observando postagens feitas por outras pessoas em plataformas como Instagram, TikTok e outras.

Vivaldo José Breternitz (*)

No entanto, um artigo publicado pela revista *Scientific Reports* contradiz a ideia de que a abstenção das redes sociais automaticamente reduza o estresse.

Um time liderado pela pesquisadora Laura Lemahieu, da Universidade de Antuérpia, realizou uma revisão sistemática de pesquisas anteriores, selecionando dez experimentos em que adultos eram obrigados a se abster completamente das redes.

Essas pesquisas envolveram 4.674 participantes. O foco esteve em três variáveis de bem-estar subjetivo: efeito positivo (entusiasmo, energia), efeito negativo (tristeza, ansiedade) e satisfação com a vida em geral.

Os resultados impressionaram: não se encontrou evidência de que a abstinência das redes sociais melhorasse diretamente o bem-estar. Deixar Instagram, Facebook, X ou outros **não aumentou a alegria nem reduziu emoções desagradáveis. O mais surpreendente é que a duração** da abstinência **não influenciou os resultados:** era a mesma coisa estar desconectado um dia ou quase um mês (até 28 dias).

Segundo os pesquisadores, os benefícios de abandonar essas plataformas e deixar de receber notificações e de comparar nossa vida cheia de altos e baixos com a aparente



felicidade constante das outras pessoas, são anulados pelos prejuízos causados pela abstinência, como o tédio e a sensação de isolamento. O resultado líquido é absolutamente neutro.

Para Lemahieu e sua equipe, a desconexão abrupta não é o caminho ideal; para o futuro, propõem investigar estratégias alternativas e mais sustentáveis de desconexão, como aprender a regular o uso cotidiano estabelecendo limites diários de tempo ou desligar notificações específicas para não prejudicar a vida social ativa. Além disso, destacam a necessidade de

realizar estudos envolvendo prazos mais longos e com amostras mais diversificadas, já que a maioria dos experimentos analisados envolveu principalmente estudantes universitários ocidentais.

Outros estudos chegaram a conclusões parecidas. Assim, a solução não parece ser um exílio digital temporário que nos encha de ansiedade, mas sim aprender a consumir conteúdos impondo limites ao tempo em que nos dedicamos a isso.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnitz@gmail.com.

CNE aprova novas regras para o uso de inteligência artificial nas escolas e universidades

O Conselho Nacional de Educação (CNE) aprovou nesta terça-feira (1º) novas diretrizes para orientar o uso da inteligência artificial em escolas e universidades brasileiras. O texto começa a estabelecer limites mais claros para uma tecnologia que já faz parte da rotina de professores e estudantes e ainda segue para homologação do Ministério da Educação (MEC).

Entre as decisões que mais devem repercutir no cotidiano escolar está a determinação de que a inteligência artificial não substitua o professor na avaliação de redações e questões dissertativas. A tecnologia poderá ajudar em algumas tarefas, mas decisões importantes sobre o desempenho dos estudantes precisarão continuar contando com análise humana.

Outro ponto chama atenção dos pais: até o 5º ano, crianças não deverão utilizar ferramentas de IA generativa de forma autônoma. Isso não significa que a tecnologia esteja proibida nessa faixa etária. Ela poderá ser utilizada em atividades planejadas pela escola e acompanhadas por educadores.

Para Ronaldo Casagrande, vice-presidente do Instituto Casagrande e especialista em inteligência artificial, a decisão chega em um momento importante.

“A inteligência artificial chegou às escolas muito mais rápido do que nossa capacidade de criar orientações para seu uso. Professores, gestores, estudantes e famílias precisam



saber onde essa tecnologia pode ajudar e onde precisamos estabelecer limites. Começar a construir essas referências é fundamental”, afirma Casagrande.

As novas diretrizes também colocam limites em tecnologias capazes de monitorar estudantes de maneira excessiva, tentar identificar automaticamente suas emoções ou criar perfis para classificá-los. Também reforçam cuidados com informações pessoais e dados produzidos pelos alunos no ambiente escolar.

Outra situação bastante atual envolve ferramentas que prometem descobrir se um trabalho foi produzido por inteligência artificial. Pelas novas orientações, o resultado desses sistemas, sozinho, não poderá servir de base para punir um estudante.

Mas a decisão do CNE não trata apenas de restrições. Um dos pontos mais importantes é justamente preparar os estudantes para conviver com a inteligência artificial. A proposta é que esse aprendizado seja incorporado gradualmente à educação, ajudando crianças e jovens a entender como a IA funciona, identificar erros e informações falsas, conferir fontes e utilizar essas ferramentas de maneira ética e responsável.

“Não basta ensinar nossos estudantes a usar inteligência artificial. Precisamos ensiná-los a questionar o que ela responde, verificar informações e reconhecer que a tecnologia também pode errar. Saber usar IA será importante, mas saber pensar diante da IA será muito mais”, destaca Casagrande.

Para o especialista, a decisão também ajuda a superar a discussão sobre simplesmente proibir ou liberar a inteligência artificial nas escolas.

“A pergunta não pode ser apenas se o aluno pode ou não usar IA. Precisamos discutir quando usar, para que usar e quais decisões precisam continuar nas mãos das pessoas. A inteligência artificial terá cada vez mais espaço na educação, mas o professor e o estudante precisam continuar no centro desse processo”, conclui.

As diretrizes foram aprovadas pelo CNE em 1º de setembro de 2026 e ainda dependem de homologação do Ministério da Educação.

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Panasonic e Voltan firmam parceria

@A Panasonic, marca número 1 em pilhas no Brasil, amplia sua atuação no universo gamer com uma nova campanha ao lado da influenciadora e streamer Voltan, integrante da LOUD, uma das maiores organizações de e-Sports do mundo. A iniciativa dá continuidade à estratégia de comunicação da marca, “Onde tem emoção, tem energia Panasonic”, levando essa conexão com energia e emoção para o território gamer. Conhecida por conteúdos que combinam humor, autenticidade e conhecimento sobre games, Voltan será a voz da campanha. Com a mensagem “energia que não pode faltar na hora do jogo”, os conteúdos partem de situações comuns às partidas para mostrar a presença das pilhas em controles e outros equipamentos que compõem o setup gamer (https://holdings.panasonic/global).

Bluefields dobra base de startups em aceleração com expansão do modelo white label

@A Bluefields, aceleradora de negócios e plataforma de inovação, lançou seu novo modelo de aceleração em abril deste ano e já conta com 25 startups ativas, anuncia a adoção de um modelo white label. A estrutura permite que a plataforma opere sob a marca de organizações parceiras para ampliar a oferta de programas de aceleração a incubadoras, hubs, parques tecnológicos, centros de inovação e corporações. A partir de setembro, startups residentes de centros de inovação em Pompeia, Bauru, Assis e Araçatuba passarão a ser aceleradas pela solução. A plataforma foi construída com arquitetura multi-tenant, que permite atender diferentes organizações em ambientes separados, com configurações próprias (https://www.bluefields.com.br/).

 José Hamilton Mancuso (1936/2017) Responsável: Lilian Mancuso	Laurinda Machado Lobato (1941-2021)	José Leonil Lobato (1939-2026)
Editórias <i>Economia:</i> Nelson Tucci (nelson.tucci@netjen.com.br) <i>Mercado/Negócios/Tecnologia/Agronegócios/ Espaço empresarial:</i> Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); <i>Livros:</i> Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br) <i>Comercial:</i> comercial@netjen.com.br <i>Publicidade Legal:</i> lilian@netjen.com.br	<i>Webmaster/TI:</i> Fabio Nader; <i>Editoração Eletrônica:</i> Ricardo Souza. <i>Revisão:</i> Maria Cecília Camargo; <i>Serviço informativo:</i> Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA. Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.	Jornal Empresas & Negócios Ltda Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080 Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br) Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003) Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.
Colaboradores: Ana Luisa Winckler, Carol Olival, Claudia Lazzarotto, Denise Debiasi, Fabiana Monteiro, Geraldo Nunes, Heródoto Barbeiro e Neiva Mendes	ISSN 2595-8410	