FAST
FORWARD
XPERIENCE

web summit
LISBON

COM A VISÃO DE GUGA SCHIFINO, CURADOR DA FFX

| PALCO | DIA | LISBOA |
|---|---|---|
| **MARKETING SUMMIT** | **10 NOV 2026** | **15:55** |

# A IA NÃO VAI MATAR O E-MAIL QUE O LEITOR ESCOLHEU LER

MARKETING · IA · DADOS · NEWSLETTER

**Tyler Denk**

Cofundador e CEO da beehiiv, plataforma de newsletters criada em 2021 que hoje vende a ideia de ser o sistema operacional da economia de conteúdo (e-mail, site, podcast, comunidade e rede de anúncios).

**Ben Goldberger**

General Manager and Executive Director of Editorial Content, BBC Studios

**Sofia Teixeira**

Community manager da Razão Automóvel, o principal site automotivo de Portugal, fundado em 2012.

## EM 30 SEGUNDOS

**Para Tyler Denk, da beehiiv, a IA vai triar o e-mail de tarefas, mas não substitui o que o leitor escolheu ler; perde quem não tem voz própria.**

**Com a busca e as redes mandando menos gente aos sites, Denk e Ben Goldberger, da BBC Studios, apostam na lista de quem pediu para receber.**

O OLHAR DA CURADORIA

**Guga Schifino**

Curador da FFX

**CONCORDA** muito com os palestrantes: o e-mail e a newsletter não morreram como a maioria previa.

**AVALIA** que o curto, o raso e o rápido provavelmente concentram a maior parte do interesse.

**DEFENDE** que não se pode simplificar a ponto de negar espaço ao longo, ao denso e ao profundo; livros seguem vendendo muito.

## NÚMEROS DO PALCO

**73.000 para 1**

Páginas rastreadas pela Anthropic por visitante devolvido

**50% menos cliques**

Buscas do Google com resumo de IA, segundo Denk

**130 mil leitores**

Recebem toda terça a newsletter pessoal de Denk

**US$ 500 mil/ano**

Receita da newsletter de Denk, com 5 horas semanais

PARA LEVAR

1. **Lance antes de ficar perfeito: quem publica, ouve o leitor e corrige melhora um pouco a cada edição.**
2. **Use os dados de abertura e de clique da newsletter para testar formato, ordem e assunto.**
3. **Conheça o seu público e entregue a ele mais do que ele espera.**

O ARTIGO

4 MIN DE LEITURA

## O conteúdo curto e rápido provavelmente fica com a maior parte do interesse, mas isso não tira o lugar do longo e do profundo.

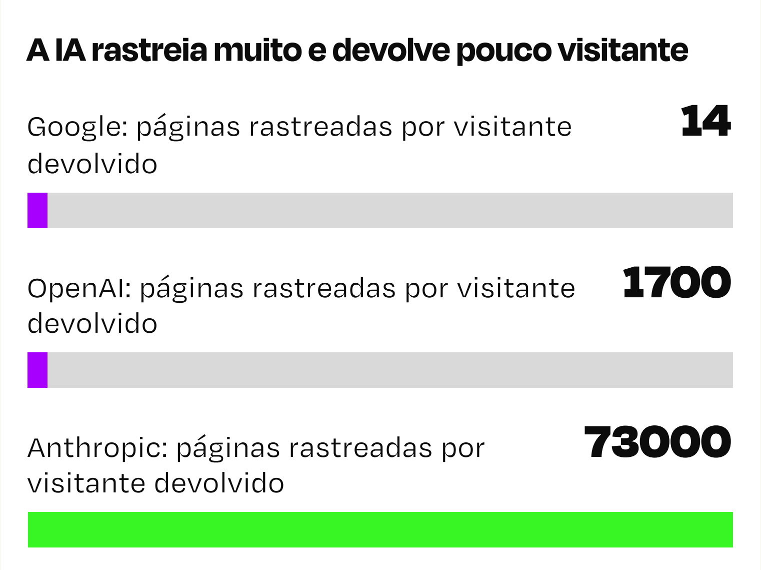
É assim que Guga Schifino, curador da FFX, lê o painel em que Tyler Denk, cofundador e CEO da plataforma de newsletters beehiiv, e Ben Goldberger, diretor-executivo de conteúdo editorial da BBC Studios, enfrentaram o medo de que a IA leia o e-mail pelo leitor.

Denk desfaz o medo separando dois e-mails que as pessoas confundem. Um é a lista de tarefas: lembrete de voo, check-in de hotel, pedido de colega. Nele, os agentes de IA vão ajudar a apontar o que é urgente. O outro é o que a pessoa escolheu ler, e esse o resumo não substitui: livros, filmes e podcasts sempre puderam ser resumidos, e as pessoas seguem comprando livros e ouvindo podcasts. **Guga usa o mesmo exemplo para defender o espaço do conteúdo longo.**

**Quem perde, para Denk, é o agregador sem voz.** O Morning Brew também junta notícias de negócios, mas tem um tom próprio, que o separa do New York Times ou do Yahoo. E nenhum resumo de IA daria conta do que o próprio Denk publicou naquela manhã, porque era experiência vivida.

**Guga concorda com os palestrantes: o e-mail não morreu como a maioria previa.** Há duas décadas ele é dado como morto, lembra Denk; em 2021, 40 investidores recusaram a primeira rodada da beehiiv por duvidar do mercado de newsletters. Nas redes, o algoritmo tomou o lugar do seguidor, e só uma fração dos inscritos de um canal no YouTube vê cada vídeo. A newsletter de Denk chega toda terça a 130 mil pessoas de startups. “Não estou rezando para os gerentes de produto de Menlo Park”, diz, numa alusão à Meta.

A busca também manda menos gente aos sites. Buscas do Google com resumo de IA geram 50% menos cliques, disse Denk. Pelos dados da Cloudflare que ele citou, o Google rastreava 14 páginas para cada visitante que devolvia a um site; a OpenAI rastreia 1.700, e a Anthropic, 73 mil. Goldberger conta que a BBC resistiu melhor que muitos porque nunca buscou escala por si só: cuida do público mais engajado e lhe dá mais do seu melhor trabalho.



**A IA rastreia muito e devolve pouco visitante**

A diferença entre a rede e a lista aparece num exemplo de Denk. Para um evento de fundadores em Nova York, o Instagram não mostra quem mora lá. Na lista, ele sabe a cidade de cada assinante e em que links clicou. Com a base ligada ao Claude, assistente de IA da Anthropic, ele pede os 500 nomes mais prováveis de ir e manda o convite só para eles. **A rede social, para ele, serve para ser descoberto, não para construir o negócio.**

Tyler Denk, da beehiiv, no palco do Web Summit Lisboa. Foto: curadoria FFX no Web Summit 2026

> **SE O SEU CONTEÚDO PODE SER RESUMIDO EM DUAS FRASES POR UM AGENTE DE IA, ELE NÃO É TÃO DIFERENCIADO.**
>
> **Tyler Denk**, Co-Founder & CEO da Beehiiv

Para a FFX, fora da mídia, a distinção útil separa a audiência que a plataforma empresta da audiência que a empresa consegue chamar uma a uma. A lista também vende mais que anúncio: a newsletter de Denk, escrita em cinco horas por semana, rende US$ 500 mil por ano, a maior parte com um retiro presencial para fundadores na Costa Rica. O custo é editorial: a lista só se paga com o que um resumo não substitui.

**Na lista própria, quem decide é a empresa**

| Lista própria | Rede social |
|---|---|
| **Alcance**<br>Cada edição chega a todos os inscritos | **Alcance**<br>O algoritmo escolhe quem vê |
| **Dados**<br>Cidade e cliques de cada assinante | **Dados**<br>Sem saber quem mora em cada cidade |
| **Receita**<br>Evento e experiência, além de anúncio | **Papel**<br>Vitrine para ser encontrado |

Goldberger lembra que o desafio vale para todo conteúdo, do criador independente à redação tradicional: é preciso ter voz, qualidade ou algo útil para a vida ou o negócio de quem lê. **No seu melhor, o e-mail é íntimo, porque quem assina uma newsletter pediu para recebê-la.** Nesse e-mail, o agente de IA ajuda a separar o joio do trigo.

LEITURA FFX

## Na empresa brasileira, audiência própria é a parte da base que ela chama sem pagar a uma plataforma, e o WhatsApp fica fora dessa conta: a Meta cobra das empresas por mensagem (Meta for Developers, 2026).

No varejo, 80% das empresas usam o WhatsApp todo dia, mas só 21% o integram ao CRM, e o e-mail do setor tem 17,1% de abertura e 1,3% de clique (RD Station, Panorama de Marketing e Vendas 2026).

O lojista controla a conversa sem guardar o dado e mantém uma lista que pouca gente lê.

**A decisão: avisos de compra e entrega no canal pago; equipe editorial só nos grupos da lista cuja abertura pague o custo.**

PROVOCAÇÃO FFX

## SE O CLIENTE PUDESSE LER SÓ O RESUMO DO SEU E-MAIL, ELE PERDERIA ALGUMA COISA?

---

RETRATO DA EMPRESA

**BEEHIIV**

Plataforma de newsletters que virou suíte para negócios de conteúdo, com envio de e-mail, site, podcast, paywall e rede de anúncios.

Meta de receita de **US$ 50** milhões em 2026, quase o dobro de 2025 (Reuters, jan/2026)

Avaliação de **US$ 225** milhões, com US$ 49,7 milhões captados (eMarketer, 2026)

---

**Mais de 130 mil** publicações na plataforma (Reuters, jan/2026)

---

Rede de anúncios paga mais de **US$ 1** milhão por mês a criadores (beehiiv, out/2026)

---

Criadores faturaram **US$ 19** milhões em assinaturas em 2025, ante US$ 8 milhões em 2024 (beehiiv, jan/2026)

## FONTES

1. Reuters (via Investing.com): Substack challenger beehiiv expects revenue to nearly double on newsletter boom (20/01/2026)
2. eMarketer: Beehiiv doubles ad sales team as newsletter monetization heats up
3. beehiiv: Launches New Plans and Pricing (01/10/2026)
4. beehiiv: The State of Newsletters 2026
5. Mobile Time e Opinion Box: Super Panorama 2026 e mensageria empresarial (23/06/2026)
6. Meta for Developers: WhatsApp Business Platform pricing
7. RD Station: Panorama de Marketing e Vendas 2026, segmento Varejo