

Por Jennifer Elaina



Estudo compilado pela Gluz Digital mostra como buscadores baseados em inteligência artificial estão mudando a forma como consumidores descobrem marcas e conteúdos

O ecossistema de marketing de desempenho passa por uma ruptura histórica na forma como as empresas constroem sua presença online. Por mais de duas décadas, a prioridade das equipes de marketing esteve concentrada no topo dos resultados de pesquisa do Google.

No entanto, a migração massiva de usuários para plataformas de busca com IA exige das marcas um novo posicionamento estratégico para garantir sua visibilidade orgânica. Nesse cenário, [estratégias de link building](#) focadas em Digital PR, otimização para GEO (Generative Engine Optimization) e aquisição de links qualificados tornaram-se essenciais para assegurar que um negócio seja citado como referência confiável pelas ferramentas de inteligência artificial.

O impacto da IA na relação com a mídia e na reputação digital

A mudança no hábito de consumo de informação na web altera profundamente o conceito tradicional de SEO Off Page. A agência boutique de SEO, Digital PR e marketing de conteúdo Gluz Digital realizou uma [compilação de pesquisas globais](#) publicadas por instituições como a McKinsey & Company e o Massachusetts Institute of Technology (MIT).

O estudo revela que consumidores e decisores de compra já usam assistentes virtuais para sintetizar respostas completas, eliminando a necessidade de clicar em múltiplos sites. Essa transformação impulsiona novas abordagens como o GEO, uma evolução direta do SEO focada em posicionar conteúdos diretamente nas respostas sintetizadas por modelos generativos.

De acordo com a análise, os algoritmos de IA priorizam entidades e empresas que contam com uma forte autoridade temática. Além disso, a presença ativa em veículos de imprensa de grande relevância também aumenta a posição no ranking gerado pela inteligência artificial.

"Não basta mais apenas otimizar páginas internas para mecanismos de busca tradicionais. Para que a inteligência artificial reconheça uma empresa como fonte legítima, a marca precisa construir uma reputação digital sólida por meio de conteúdo de autoridade e menções frequentes em ecossistemas de informação confiáveis", explica Guilherme da Luz, especialista em estratégia digital e CEO da Gluz Digital.

Além do clique: a validação de algoritmos por meio de autoridade e links

Um dos levantamentos analisados, conduzido com mais de 55 mil consultas no Google, revelou que quase 30% dos sites citados como fonte pelos AI Overviews não estavam listados entre as primeiras posições dos resultados orgânicos convencionais. Esse dado reforça que as redes neurais e os grandes modelos de linguagem (LLMs) possuem critérios próprios para avaliar a credibilidade das informações.

Nesse processo, estratégias consistentes de link building e campanhas ativas de Digital PR ganham protagonismo. A conquista de links editoriais e a geração de link earning fornecem os sinais de validação externa que os robôs de inteligência artificial utilizam para mapear menções à marca e verificar sua relevância no setor.

Assim, a tradicional aquisição de links passa a ter um papel duplo. Além de transmitir autoridade de domínio para os algoritmos de busca clássicos, ela chancela a empresa dentro da base de dados consultada pelos modelos de inteligência artificial.

Plataformas de mídia facilitam a conexão com publishers qualificados

A necessidade de obter parcerias editoriais de alto nível para fortalecer o SEO Off Page e a presença nas ferramentas de IA impulsionou a adoção de marketplaces de imprensa e comunicação. A obtenção de [backlinks de qualidade](#) em portais com autoridade reconhecida tornou-se o caminho mais seguro para consolidar a presença das corporações na era das respostas automatizadas.

É nesse contexto de mercado que se destaca a Luminoo, um marketplace de backlinks desenvolvido para simplificar a ponte entre marcas, agências de PR e publishers de imprensa. A plataforma atua facilitando campanhas de marketing de conteúdo, ampliação de backlinks em sites brasileiros e construção de autoridade temática, permitindo que as empresas selecionem veículos qualificados em diversos nichos editoriais.

Ao centralizar o gerenciamento de publicações e a conquista de links editoriais, a Luminoo auxilia marcas a consolidarem a sua reputação digital em escala. O resultado é um ganho direto em visibilidade orgânica, assegurando que as empresas continuem sendo encontradas e recomendadas nos buscadores tradicionais e nas respostas sintetizadas por plataformas de GEO.

Diretrizes para adequar a estratégia de comunicação à era da IA

Para empresas que buscam adaptar suas operações às novas exigências dos motores de resposta generativos, especialistas recomendam uma integração completa entre assessoria de imprensa, branding e tecnologia. Para isso, é importante focar em conteúdos de autoridade para inserir [links de qualidade](#) que serão aceitos e publicados por portais de métricas elevadas. Assim, fortalecer as estratégias de GEO e AI Overviews.

"A transformação no comportamento de busca não elimina a relevância da web, mas altera a forma como as fontes são escolhidas. A vitória na corrida digital pertence às marcas que souberem unir a precisão técnica do SEO com a força reputacional do Digital PR", conclui Guilherme da Luz. Para entender os detalhes técnicos de como adequar sua presença online a esses novos critérios de busca, acesse o guia prático sobre estratégias de GEO.

(*) **Jennifer Elaina** é especialista em seguros, trabalha com redação, revisão e otimização SEO desde 2012. É formada em Gestão de Seguros, Marketing e tem pós em Administração na FGV, possui curso técnico em Direito do Seguro. Possui mais de 3.000 textos e 5 e-books publicados na área de seguros.

(12.08.2026)