the new standard

Como a IA vai mudar as relações públicas e a comunicação em 2027, e como as agências podem se preparar:

um estudo da TNS

Por Christopher Suttenfield, cofundador e diretor de Desenvolvimento de Negócios da The New Standard (TNS), São Paulo. Fontes verificadas na data de publicação.

12 de novembro de 2026

ARGENTINA BRASIL CHILE COLÔMBIA
EQUADOR MÉXICO PANAMÁ PERU

Capítulos

00 **Abertura** 3
A IA está dos dois lados da pauta: 76% dos profissionais de RP e 82% dos jornalistas a usam

01 **Os dois lados da pauta** 5
76% dos profissionais de RP usam IA; a pesquisa diz que o uso se estabilizou

02 **As respostas de IA e o clique que encolhe** 6
Usuários do Google clicam em um resultado em 8% das visitas com resumo de IA, e em 15% sem resumo

03 **O modelo de agência sob pressão** 8
A remuneração de agências por horas trabalhadas caiu de 54% das multinacionais em 2011 para 19% hoje

04 **Confiança, deepfakes e as regras** 9
86% querem que o conteúdo feito por IA seja divulgado como tal, mas 32% confiariam menos em uma marca se o conteúdo dela fosse feito por IA

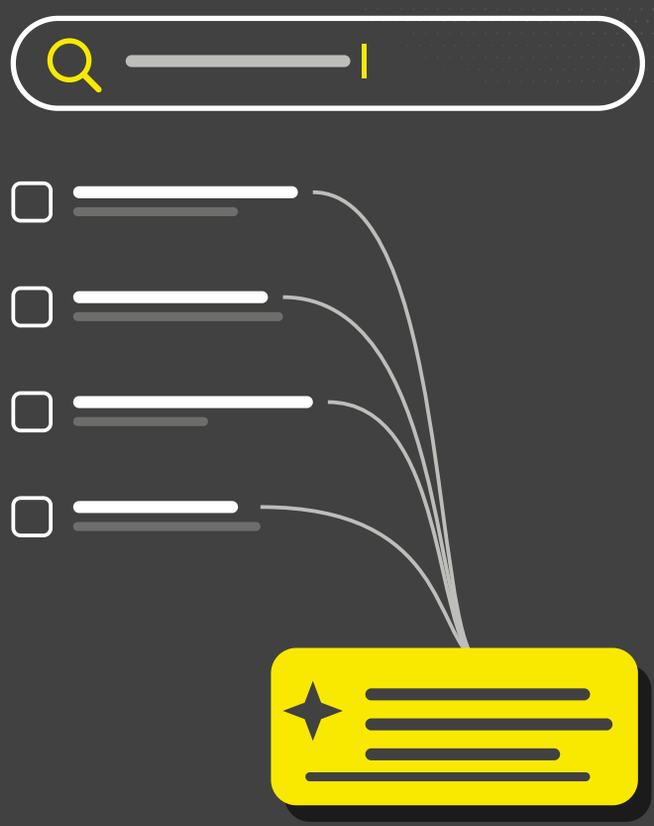
05 **América Latina** 10
13% da amostra online do Brasil usam chatbots de IA para se informar toda semana, contra 10% no mundo

06 **2027: como as agências podem se preparar** 12
Previsão: os veículos de notícias esperam que seu tráfego de busca caia 43% em três anos

07 **Método e fontes** 13
Como construímos este estudo

A IA está dos dois lados da pauta: 76% dos profissionais de RP e 82% dos jornalistas a usam

76% dos profissionais de relações públicas (RP) usam IA generativa e 82% dos jornalistas usam pelo menos uma ferramenta de IA. E 57% das pessoas em nove países viram respostas de IA em buscas, ou interagiram com elas, na última semana. Fontes: duas pesquisas da Muck Rack (fornecedor de software de RP); Reuters Institute, outubro de 2026.



- ARGENTINA
- BRASIL
- CHILE
- COLÔMBIA
- EQUADOR
- MÉXICO
- PANAMÁ
- PERU

Desenho: TNS.

Como ler este estudo

Pesquisas com amostras diferentes não podem ser comparadas nem somadas. Nenhum estudo que encontramos mede se a IA melhora os resultados de RP. Fora do Brasil e de Buenos Aires, não encontramos nenhuma pesquisa recente com profissionais de RP da América Latina sobre IA.

O estudo em oito conclusões

1. Os próprios jornalistas usam IA, mas a maioria se opõe a sugestões de pauta escritas por IA. 82% dos jornalistas de uma pesquisa usam pelo menos uma ferramenta de IA; em outra, 53% se opõem a sugestões de pauta geradas por IA. Fonte: Muck Rack (uso de IA), 897 jornalistas; Cision (sugestões de pauta), 1.899 jornalistas; início de 2026; as duas vendem software de RP (capítulo 01).

2. As pessoas clicam menos quando o Google mostra um resumo de IA. Os usuários clicaram em um resultado de busca em 8% das visitas com resumo de IA, contra 15% sem resumo. Fonte: Pew Research Center, 900 adultos dos EUA, março de 2025 (capítulo 02).

3. As respostas de IA quase nunca citam conteúdo pago, e a participação do jornalismo está caindo. Conteúdo pago é 0,3% dos links citados em respostas de IA, e o jornalismo caiu para 22% das citações em setembro de 2026, ante 27% em maio; outros estudos encontram participações muito diferentes, conforme o setor e o método. Fonte: Muck Rack, um fornecedor, outubro de 2026, 207 milhões de citações (capítulo 02).

4. As grandes marcas, em grande parte, deixaram de pagar às agências por hora. A remuneração por horas trabalhadas caiu de 54% das multinacionais em 2011 para 19% hoje. Fonte: WFA com Agency Mania Solutions, 69 multinacionais, 29 de setembro de 2026; publicidade e marketing, não só RP (capítulo 03).

5. As pessoas querem que o conteúdo feito por IA seja divulgado como tal, mas informar isso pode custar confiança. 86% dos consumidores dizem que o conteúdo gerado por IA deve ser divulgado como tal, mas 32% dizem que confiariam menos em uma marca se o conteúdo dela fosse gerado por IA. Fonte: Meltwater, que vende ferramentas de monitoramento de mídia, com a YouGov, quase 10.000 consumidores, 21 de abril de 2026 (capítulo 04).

6. Poucas empresas estão prontas para uma crise de deepfake. Só 18% de quase 300 profissionais seniores de assuntos corporativos dizem que sua área está preparada para um incidente de deepfake ou de desinformação por IA. Fonte: GlobeScan, 13 de maio de 2026 (capítulo 04).

7. A amostra online do Brasil usa chatbots de IA para se informar mais do que a média mundial. Na amostra online do Brasil, 13% usam chatbots de IA para se informar toda semana, acima da média global de 10%; o Peru está em 11%. Fonte: Reuters Institute, Digital News Report 2026, amostras online de cerca de 2.000 pessoas por mercado (capítulo 05).

8. Na eleição brasileira, a identificação de IA faltou com frequência, e o Peru é o único mercado da TNS com uma lei geral de IA em vigor. Na eleição de 2026 no Brasil, em que a propaganda eleitoral feita com IA tinha de ser identificada, só 371 de 920 publicações político-eleitorais com uso de IA confirmado traziam identificação. Fonte: Agência Brasil, com base no monitoramento da Lupa com a Unicamp; El Peruano; não é aconselhamento jurídico (capítulo 05).

01

76% dos profissionais de RP usam IA; a pesquisa diz que o uso se estabilizou

A Muck Rack, que vende software de RP, diz que o uso de IA generativa em RP "has peaked at 76%" (chegou ao pico de 76%), com base em 564 profissionais de RP ouvidos de 5 a 24 de dezembro de 2025. A empresa avisa que a mudança na redação da pergunta enfraquece as comparações de um ano para outro.

93% dizem que a IA os torna mais rápidos. Os ganhos são autodeclarados

93% dos usuários de IA da pesquisa dizem que a IA os torna mais rápidos, e 82% dizem que ela melhora a qualidade; 98% sempre ou com frequência editam textos feitos por IA.

Todos esses números são autodeclarados. Não encontramos nenhum estudo que compare resultados de RP com e sem IA.

Só 51% têm uma política de IA do empregador, e 43% recebem treinamento

Só 51% dos profissionais de RP têm uma política de IA definida pelo empregador e 43% recebem treinamento, ambos acima dos 21% de 2024 (a mesma pesquisa de dezembro). E, enquanto 77% dos usuários de IA da pesquisa evitam inserir dados financeiros, só 36% evitam inserir nomes de clientes.

82% dos jornalistas usam IA; em outra pesquisa, 53% se opõem a sugestões de pauta geradas por IA

82% dos jornalistas usam pelo menos uma ferramenta de IA, ante 77% um ano antes (State of Journalism 2026, da mesma empresa: 897 respostas analisadas, de 30 de janeiro a 2 de março de 2026, 81% na América do Norte). O comunicado da Cision sobre seu 2026 State of the Media (1.899 jornalistas em 19 mercados da América do Norte, EMEA e APAC, janeiro e fevereiro de 2026) diz que "53% oppose AI-generated pitches due to concerns around accuracy and personalization." (53% se opõem a sugestões de pauta geradas por IA por preocupações com precisão e personalização). As duas empresas vendem software de RP.

A oposição não é unânime. O próprio artigo da Cision sobre a pesquisa põe os favoráveis em 21%, e seu presidente executivo escreveu depois na Press Gazette que 25% eram neutros.

82%

dos jornalistas usam pelo menos uma ferramenta de IA

Muck Rack, State of Journalism 2026: 897 respostas analisadas, de 30 de janeiro a 2 de março de 2026, 81% na América do Norte

53%

dos jornalistas se opõem a sugestões de pauta geradas por IA

Cision, 2026 State of the Media: 1.899 jornalistas em 19 mercados da América do Norte, EMEA e APAC, janeiro e fevereiro de 2026

Duas fontes, duas amostras: os dois números não descrevem um mesmo grupo de jornalistas. As duas empresas vendem software de RP.

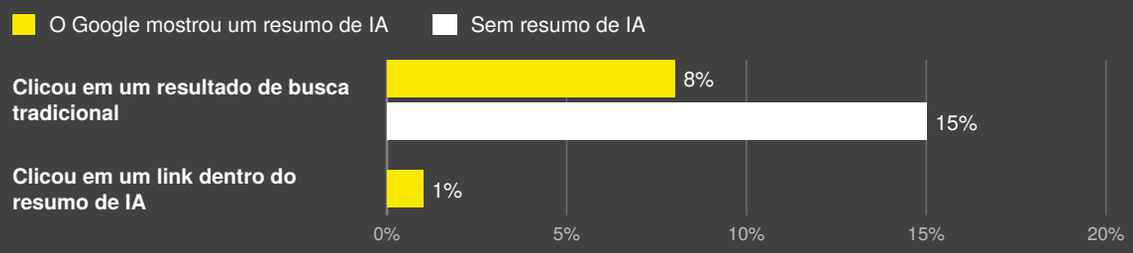
Na pesquisa State of Journalism, com respondentes, em sua maioria, da América do Norte, os jornalistas apagam sugestões de pauta que fogem da sua área de cobertura (88%), que são promocionais demais (71%) ou que chegam por e-mail em massa (50%).

02

Usuários do Google clicam em um resultado em 8% das visitas com resumo de IA, e em 15% sem resumo

Quando o Google mostrava um resumo de IA, os 900 adultos dos EUA cuja navegação o Pew Research Center acompanhou em março de 2025 clicavam em um resultado de busca tradicional em 8% das visitas, contra 15% quando não mostrava, e clicavam em um link dentro do resumo em só 1% das visitas.

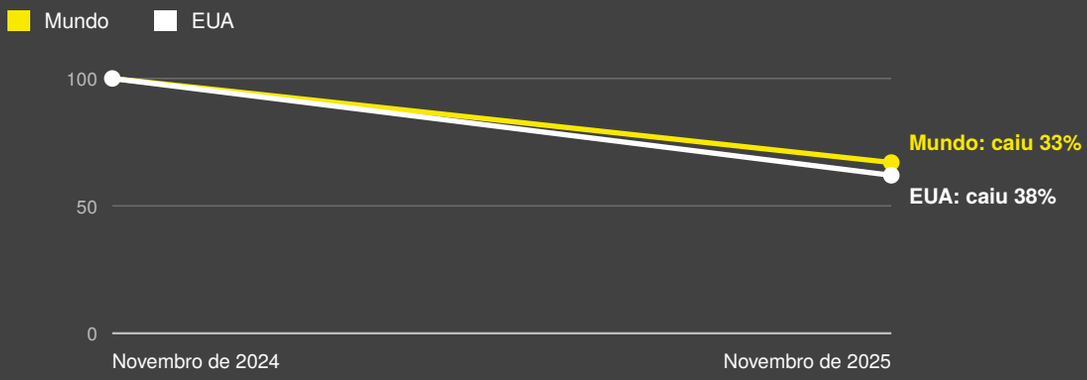
O que os usuários do Google fizeram, com e sem resumo de IA



Parcela das visitas. Fonte: Pew Research Center, 22 de julho de 2025, a partir da navegação de 900 adultos dos EUA em março de 2025.

Os veículos de notícias perderam 33% do tráfego de busca do Google em um ano

O tráfego de busca do Google para os veículos de notícias caiu 33% no mundo e 38% nos EUA de novembro de 2024 a novembro de 2025, em 2.576 sites (dados da Chartbeat no Trends and Predictions 2026 do Reuters Institute). A Chartbeat vende análise de dados para veículos. Em agosto de 2025, o Google disse que o total de cliques da busca para sites estava "relatively stable" (relativamente estável) na comparação anual, mas não publicou dados que mostrassem isso. A busca do Google, sozinha, ainda envia aos veículos cerca de 500 vezes mais visitas do que o ChatGPT (Chartbeat).



A IA não substituiu a busca: o ChatGPT envia aos veículos de notícias cerca de 1 visita para cada 500 enviadas pela busca do Google.

Índice, novembro de 2024 = 100. Fonte: dados da Chartbeat sobre 2.576 sites, no Trends and Predictions 2026 do Reuters Institute (12 de janeiro de 2026). A Chartbeat vende análise de dados para veículos.

As respostas de IA quase nunca citam conteúdo pago: 0,3% dos links

No estudo da Muck Rack de outubro de 2026, com 207 milhões de citações, quase 99% dos links citados vêm de fontes não pagas, e o conteúdo pago ou informe publicitário é 0,3%.

O jornalismo, isoladamente, caiu para 22% das citações em setembro de 2026, ante 27% em maio. Os releases foram 1,1% das citações na edição de maio do estudo. A empresa é um fornecedor; seu teste de setembro abrangeu ChatGPT, Claude, Gemini e Perplexity.

Outros estudos encontram participações muito diferentes, conforme o setor e o método

- Um preprint no arXiv de Pratyush Kumar constatou que cerca de 78% das citações iam para sites corporativos (mais de 100.000 respostas, de março a maio de 2026; lemos apenas o resumo).
- O DeltaV Digital 2026 AI search citations study constatou que a parcela das citações dos 30 principais domínios que ia para o site da própria marca variou de 0,0% (serviços de tecnologia B2B) a 74,7% (ensino superior), em oito marcas clientes.

Em um teste de laboratório, citações diretas e estatísticas aumentaram a visibilidade em respostas de IA; o excesso de palavras-chave, não

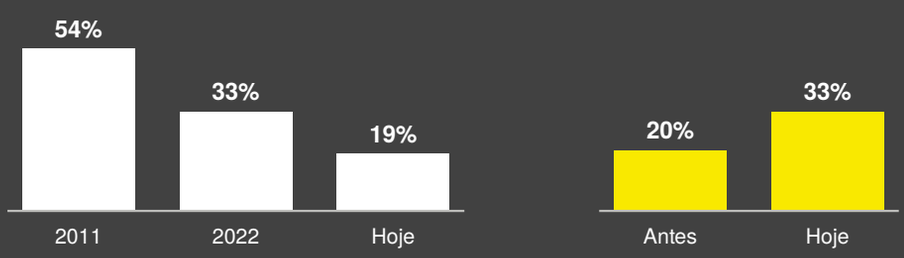
Pesquisadores de Princeton e de outras instituições testaram 1.000 consultas de um conjunto de referência (benchmark) de 10.000. Acrescentar citações diretas, estatísticas ou referências a fontes a uma página aumentou sua visibilidade nas respostas de IA em 30% a 40%, em termos relativos, em uma medida e em 15% a 30% em outra; o excesso de palavras-chave não ajudou. É um teste de laboratório com os mecanismos de IA de 2023 e 2024, não dados reais de marcas (GEO: Generative Engine Optimization, KDD 2024).

03

A remuneração de agências por horas trabalhadas caiu de 54% das multinacionais em 2011 para 19% hoje

Entre 69 multinacionais com USD 147 bilhões em investimento de marketing, a remuneração de agências por horas trabalhadas caiu de 54% em 2011 e 33% em 2022 para 19% hoje, enquanto os modelos de valor fixo ou por entrega subiram de 20% para 33%. A pesquisa abrange agências de publicidade e marketing, não só de RP, e 71% dos respondentes trabalham na área de compras.

Como as multinacionais pagam suas agências



Remuneração por horas trabalhadas

Modelos de valor fixo ou por entrega

Parcela de 69 multinacionais (USD 147 bilhões em investimento de marketing) que usam cada modelo. Fonte: WFA com Agency Mania Solutions, 29 de setembro de 2026; agências de publicidade e marketing, não só de RP; 71% dos respondentes trabalham na área de compras.

A Omnicom cortou vagas, mas seu diretor financeiro diz que a IA não é necessariamente o principal fator

A Omnicom anunciou cerca de 4.000 cortes de vagas depois de comprar a IPG (Axios, 2 de dezembro de 2025). Na teleconferência de resultados de 18 de fevereiro de 2026, seu diretor financeiro disse: "AI is not necessarily the primary driver of how we looked at this." (A IA não é necessariamente o principal fator na forma como analisamos isso.) Na mesma teleconferência, seu presidente executivo disse que a automação com IA vai permitir eliminar alguns cargos cujo trabalho hoje é feito manualmente.

Só 3% das agências relatam cortes significativos de equipe por causa da IA

77% dos profissionais de RP temem que a próxima geração não aprenda o básico (Muck Rack). Mas só 3% das agências relatam reduções significativas de equipe por causa da IA (Productive.io, que vende software para agências; 174 agências e consultorias que usam o Productive, março de 2026, 54% na Europa, não específico de RP).

04

86% querem que o conteúdo feito por IA seja divulgado como tal, mas 32% confiariam menos em uma marca se o conteúdo dela fosse feito por IA

86% dos consumidores dizem que o conteúdo gerado por IA deve ser divulgado como tal, mas 32% dizem que confiariam menos em uma marca se o conteúdo dela fosse gerado por IA, e 15% confiariam mais. É o paradoxo da divulgação: as pessoas querem ser informadas, e ser informadas pode custar confiança.

A pesquisa, da Meltwater, que vende ferramentas de monitoramento de mídia, com a YouGov, ouviu quase 10.000 consumidores em sete mercados (21 de abril de 2026); uma reportagem sobre o estudo não lista nenhum na América Latina.

86%
dizem que o conteúdo gerado por IA deve ser divulgado como tal

32%
confiariam menos em uma marca se o conteúdo dela fosse gerado por IA

15%
confiariam mais

Consumidores pesquisados. Fonte: Meltwater com YouGov, quase 10.000 consumidores em sete mercados, 21 de abril de 2026; a Meltwater vende ferramentas de monitoramento de mídia; uma reportagem sobre o estudo não lista nenhum na América Latina.

Só 18% das áreas de assuntos corporativos dizem estar prontas para um deepfake

Na pesquisa da GlobeScan com quase 300 profissionais seniores de assuntos corporativos, 18% dizem que sua área está preparada para um incidente de deepfake ou de desinformação por IA. Os entrevistados da América Latina são os que se sentem mais preparados, o que, segundo a GlobeScan, pode refletir "an optimistic underestimation of the threat ahead." (uma subestimação otimista da ameaça que vem pela frente).

As regras de divulgação da UE valem desde 2 de agosto de 2026

As obrigações de transparência do artigo 50 do AI Act, o regulamento de IA da União Europeia, valem a partir de 2 de agosto de 2026. Deepfakes devem ser identificados como tais, assim como textos gerados por IA publicados para informar o público sobre assuntos de interesse público, a menos que uma pessoa os tenha revisado e alguém tenha a responsabilidade editorial por eles.

Esta é a nossa leitura, não aconselhamento jurídico.

05

13% da amostra online do Brasil usam chatbots de IA para se informar toda semana, contra 10% no mundo

Na amostra online do Brasil, 13% usam chatbots de IA para se informar toda semana, acima da média global de 10%, e entre os menores de 25 anos são 19%; o Peru está em 11%, e a Argentina e a Colômbia, em 9% (Reuters Institute, Digital News Report 2026, amostras online de cerca de 2.000 pessoas por mercado).

Em Buenos Aires, 91% dos comunicadores usam IA, mas 64% não receberam treinamento

Na região de Buenos Aires, 91% de 318 comunicadores usam IA no trabalho, mas 64% não receberam treinamento do empregador (UADE, universidade argentina, trabalho de campo em novembro de 2025, amostra não probabilística).

Eleição no Brasil: só 371 de 920 publicações político-eleitorais com uso de IA confirmado traziam identificação

Pelas regras do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para a eleição de 2026 (Resolução nº 23.755, de 2 de março de 2026), a propaganda eleitoral feita com IA tinha de trazer um rótulo "explícito, destacado e acessível".

De 16 de agosto a 28 de setembro de 2026, o monitor VigIA, da Lupa, com o laboratório Recod.ai da Unicamp, confirmou o uso de IA em 920 publicações político-eleitorais, entre elas pelo menos 554 deepfakes; só 371 das 920 traziam identificação (segundo a Agência Brasil, 2 de outubro de 2026; não encontramos o relatório da própria Lupa).

Entre os mercados da TNS, só o Peru tem uma lei geral de IA em vigor

Mercado	Lei geral de IA	Situação em 10 de novembro de 2026
Argentina	Nenhuma em nível nacional	Orientação não vinculante de 2023
Brasil	Projeto de lei PL 2338/2023	Aprovado pelo Senado em 10 de dezembro de 2024; aguardando o parecer do relator na Câmara
Chile	Projeto de lei	Uma comissão do Senado o aprovou na votação em geral em 26 de outubro de 2026, segundo o Mala Espina Check
Colômbia	Projetos de lei	O projeto do governo naufragou em 20 de junho de 2025; um novo projeto, o PL 025/2026, foi apresentado em 21 de julho de 2026
Equador	Nenhuma	A Assembleia arquivou seu principal projeto de lei de IA em 15 de setembro de 2026
México	Nenhuma	Projeto de lei federal de IA apresentado em 24 de julho de 2026, segundo o ITSitio
Panamá	Projeto de lei PL 588	Aprovado em terceiro debate em 19 de agosto de 2026, por 46 votos a 0; o presidente apresentou objeção parcial ao projeto em 28 de setembro de 2026, segundo o Panamá América; não encontramos registro de que tenha virado lei desde então
Peru	Ley 31814 (2023)	Em vigor; seu regulamento, o Decreto Supremo 115-2025-PCM, foi publicado em 9 de setembro de 2025

Fontes: registros oficiais, quando os encontramos; nos demais casos, os veículos citados nas referências. Verificado em 10 de novembro de 2026; não é aconselhamento jurídico.

06

Previsão: os veículos de notícias esperam que seu tráfego de busca caia 43% em três anos

Os veículos de notícias esperam que seu tráfego de busca caia 43% nos próximos três anos, e um quinto deles espera perder mais de 75%. É uma previsão de 280 líderes de veículos digitais em 51 países, não uma medição (Reuters Institute, Trends and Predictions 2026, 12 de janeiro de 2026).

Oito passos para as agências

Os passos são a visão da TNS sobre as evidências dos capítulos 01 a 05, não dados nem aconselhamento jurídico.

1. Conquiste a cobertura em que as respostas de IA se apoiam. As respostas de IA quase nunca citam conteúdo pago e, em um teste de laboratório, citações diretas e estatísticas tornaram as páginas mais visíveis nelas (capítulo 02).

2. Envie sugestões de pauta a menos jornalistas, com mais conteúdo. Na pesquisa da Muck Rack, com respondentes, em sua maioria, da América do Norte, 88% apagam sugestões de pauta fora da sua área de cobertura (capítulo 01).

3. Mantenha uma pessoa responsável por cada entrega. 98% dos usuários de IA da Muck Rack sempre ou com frequência editam textos feitos por IA (capítulo 01).

4. Escreva a política e treine todos, a começar pelos juniores. Só 51% dos profissionais de RP têm uma política de IA definida pelo empregador (capítulo 01).

5. Mantenha os dados dos clientes fora das ferramentas públicas. Só 36% dos usuários de IA da Muck Rack evitam inserir nomes de clientes (capítulo 01).

6. Cobre pelo resultado, não pela hora. A remuneração por horas trabalhadas caiu para 19% das multinacionais (capítulo 03).

7. Prepare-se para um deepfake antes que ele aconteça. Só 18% das áreas de assuntos corporativos dizem estar preparadas (capítulo 04).

8. Acompanhe as regras por mercado e por data. O artigo 50 da UE vale desde 2 de agosto de 2026; o projeto de lei de IA do Brasil continua na Câmara; o presidente do Panamá apresentou objeção parcial ao projeto do país em setembro de 2026; a lei do Peru está em vigor (capítulos 04 e 05).

Fale com a TNS. A TNS trabalha com marcas e instituições na Argentina, no Brasil, no Chile, na Colômbia, no Equador, no México, no Panamá e no Peru: https://tnsagency.com/pt/#contact.

07

Como construímos este estudo

Só fontes públicas. Cada número vem de uma pesquisa, um estudo, um documento oficial de empresa, um texto legal oficial, uma política de plataforma ou uma reportagem publicados. A TNS não fez nenhuma pesquisa própria, e nenhuma fonte endossa este estudo.

Verificação. Cada número foi rastreado até uma página de origem, que citamos, e verificado de novo em 12 de novembro de 2026. Quando vimos um número apenas em uma reportagem ou no resumo de um escritório de advocacia, citamos esse veículo ou escritório.

Fornecedores e regras. Muck Rack, Cision, Chartbeat, Meltwater, Productive.io e DeltaV Digital vendem ferramentas e serviços de RP, mídia, análise de dados ou marketing. As regras foram lidas em 10 de novembro de 2026; isto não é aconselhamento jurídico. Todos os gráficos são da própria TNS.

Como citar este estudo. TNS (2026), "Como a IA vai mudar as relações públicas e a comunicação em 2027, e como as agências podem se preparar: um estudo da TNS", tnsagency.com, https://tnsagency.com/pt/estudo-ia-rp-comunicacao-2027/.

Referências

Cada fonte aparece uma vez, no primeiro capítulo (01 a 06) que a cita, ou no Capítulo 00 se só a abertura a cita.

Capítulo 00

- Reuters Institute (Simon, Nielsen, Fletcher), Generative AI and News Report 2026, 29 de outubro de 2026, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/generative-ai-and-news-report-2026-standalone-tools-information-infrastructure

Capítulo 01

- Muck Rack, State of AI in PR 2026, publicado em 21 de janeiro de 2026, https://media.muckrack.com/documents/State_of_AI_in_PR_2026.pdf; comunicado à imprensa, https://www.globenewswire.com/news-release/2026/01/21/3222759/0/en/Muck-Rack-Report-Finds-Generative-AI-Adoption-in-PR-Has-Leveled-Off.html
- Muck Rack, State of Journalism 2026, 19 de março de 2026, https://media.muckrack.com/documents/State_of_Journalism_2026_1.pdf; comunicado à imprensa, https://www.globenewswire.com/news-release/2026/3/19/3259178/0/en/Muck-Rack-s-2026-State-of-Journalism-Report-Finds-82-of-Journalists-Use-AI.html
- Cision, 2026 State of the Media, comunicado à imprensa (fonte da frase citada sobre os 53%), 13 de maio de 2026, https://www.cision.com/about/press-releases/2026-press-releases/pr-emerges-as-the-primary-source-for-journalists-in-high-pressure-newsrooms-302770936/; artigo da Cision, 13 de maio de 2026, https://www.cision.com/resources/articles/pr-lessons-state-of-the-media/; artigo do presidente executivo da Cision, Press Gazette, 27 de maio de 2026, https://pressgazette.co.uk/comment-analysis/how-journalists-are-using-ai-2026/

Capítulo 02

- Reuters Institute (Nic Newman), Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2026, 12 de janeiro de 2026, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2026
- "Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results." Pew Research Center, Washington, D.C. (22 de julho de 2025) https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/ (Aviso exigido pelo Pew Research Center: o Pew Research Center publicou o conteúdo original em inglês, mas não revisou nem aprovou esta tradução.)

Capítulo 02

- Google (Liz Reid), 6 de agosto de 2025, https://blog.google/products/search/ai-search-driving-more-queries-higher-quality-clicks/
- Muck Rack, What Is AI Reading?, outubro de 2026, atualizado em 28 de outubro de 2026, https://muckrack.com/blog/what-is-ai-reading-october-2026; edição de maio de 2026, https://media.muckrack.com/documents/What_Is_AI_Reading__May_2026.pdf
- Pratyush Kumar, preprint no arXiv 2606.20065, 18 de junho de 2026, https://arxiv.org/abs/2606.20065
- DeltaV Digital 2026 AI search citations study, 13 de julho de 2026, atualizado em 28 de setembro de 2026, https://www.deltavdigital.com/resources/reports/ai-citation-study/
- Aggarwal, Murahari, Rajpurohit, Kalyan, Narasimhan e Deshpande, GEO: Generative Engine Optimization, arXiv 2311.09735, publicado pela primeira vez em 16 de novembro de 2023, KDD 2024, CC BY 4.0, https://arxiv.org/abs/2311.09735

Capítulo 03

- WFA com Agency Mania Solutions, How Brands Define, Scope and Reward Agency Work, 29 de setembro de 2026, https://wfanet.org/knowledge/item/2026/09/29/global-brands-are-shifting-to-paying-for-outputs-not-time-wfa-research
- Productive.io, Agencies in the AI Era 2.0, atualizado em 11 de junho de 2026, https://productive.io/reports/agencies-in-the-ai-era-pulse-report/
- Axios, 2 de dezembro de 2025, https://www.axios.com/2025/12/02/omnicom-ipg-layoffs
- Omnicom, transcrição da teleconferência de resultados do quarto trimestre de 2025, 18 de fevereiro de 2026, https://s201.q4cdn.com/282904488/files/doc_financials/2025/q4/OMC-4Q25-Earnings-Call-Transcript.pdf

Capítulo 04

- Meltwater e YouGov, Trust in the Age of Generative AI, comunicado à imprensa da Meltwater, 21 de abril de 2026, https://www.meltwater.com/en/press-releases/consumer-perception-of-generative-ai
- GlobeScan, Insight of the Week, 13 de maio de 2026, https://globescan.com/2026/05/13/insight-of-the-week-global-business-risk-ai/
- Comissão Europeia, Code of Practice on marking and labelling AI-generated content, 10 de junho de 2026, https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-publishes-code-practice-marking-and-labelling-ai-generated-content
- EU AI Act Service Desk, Artigo 50, https://ai-act-service-desk.ec.europa.eu/en/ai-act/article-50

Capítulo 05

- Reuters Institute, Digital News Report 2026, páginas por país, 16 de junho de 2026, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2026/brazil (também /argentina, /colombia e /peru); How Brazilians get their news, 21 de outubro de 2026, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2026/how-brazilians-get-their-news
- UADE Instituto de Ciencias Sociales, Uso de IA en comunicadores, https://uade.edu.ar/media/3szlohqr/informe-insod-etkin-ia-y-dircoms.pdf
- Tribunal Superior Eleitoral, Resolução nº 23.755, 2 de março de 2026, https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2026/resolucao-no-23-755-de-2-de-marco-de-2026
- Agência Brasil, 2 de outubro de 2026, https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2026-10/mesmo-proibidos-deepfakes-tomam-conta-das-redes-antes-da-eleicao
- Brasil: Rádio Senado, 10 de dezembro de 2024, https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2024/12/10/senado-envia-a-camara-proposta-que-regulamenta-uso-da-ia-no-brasil; Câmara dos Deputados, PL 2338/2023, tramitação, https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2487262
- Chile: Mala Espina Check, 27 de outubro de 2026, https://www.malaespinacheck.cl/pais/2026/10/27/ley-de-ia-avanza-en-el-senado-que-usos-prohibiria-y-como-afectaria-a-colegios-empresas-y-al-estado/
- Colômbia: El Espectador, 20 de junho de 2025, https://www.elespectador.com/ciencia/se-hundio-el-proyecto-de-ley-con-el-que-el-gobierno-buscaba-regular-la-ia-en-colombia/; Cámara de Representantes, PL 025/2026, https://www.camara.gov.co/wp-content/uploads/2026/07/proyectos-ley/documentos/proyecto-36127/P.L.025-2026SC-INTELIGENCIA-ARTIFICIAL.pdf
- Equador: Asamblea Nacional, 15 de setembro de 2026, https://www.asambleanacional.gob.ec/es/noticia/119354-pleno-archiva-proyecto-de-ley-de-inteligencia
- México: ITSitio, 3 de agosto de 2026, https://www.itsitio.com/mx/inteligencia-artificial/regulacion-de-ia-en-mexico-todavia-no-hay-una-ley-general-pero-las-reglas-ya-avanzan-por-sectores/
- Argentina: Nimbo Tools, https://www.nimbotools.com/notes/ia-regulacion-argentina/
- Panamá: Asamblea Nacional, Acta del Pleno, 19 de agosto de 2026, https://s3-legispan.asamblea.gob.pa/legispan/ACTAS/2020/2026/PLENO/2026_8_19_A_PLENO.pdf
- Panamá: Panamá América, 4 de outubro de 2026, https://www.panamaamerica.com.pa/sociedad/presidente-mulino-objeta-ocho-proyectos-de-ley-en-solo-dos-dias-1267051
- Peru: Decreto Supremo 115-2025-PCM, https://www.congreso.gob.pe/Docs/DGP/DIDP/files/ds_115-2025-pcm.pdf; El Peruano, 9 de setembro de 2025, https://www.elperuano.pe/noticia/278516-la-ia-ya-tiene-reglas-claras-en-peru-revisa-el-nuevo-reglamento-y-preparate-para-aplicarlo