

EDIÇÃO 04 | 12 A 18 DE OUTUBRO DE 2026

RADAR MOVE JORNAL

Marketing, comportamento, plataformas e IA

A TESE DE CAPA

A inteligência artificial está ganhando espaço na busca e na compra. Mas a confiança continua sendo construída com fontes, informações claras, pessoas reais e experiências verificáveis. Para uma marca, ser encontrada é apenas o começo: ela também precisa merecer a escolha.

NESTA EDIÇÃO

BUSCA

Google destaca fontes e links em respostas com IA.

CONFIANÇA

Pesquisa mostra limites da imagem artificial na venda.

COMÉRCIO

Creators locais e social commerce entram na decisão.

8 RADARES • 4 APLICAÇÕES PARA CLIENTES • 1 BASTIDOR REAL

Curadoria e leitura estratégica: Move To Feel | Fontes clicáveis no corpo e ao final.

PANORAMA DA SEMANA

A busca ganha fontes. A venda exige provas.

12-18 de outubro de 2026 | O que realmente merece atenção nesta semana

A semana reuniu sinais que se complementam. O Google anunciou mais caminhos para chegar aos sites de origem dentro de suas respostas com IA; um estudo de escuta social mostrou que consumidores valorizam a IA para comparar produtos, mas desconfiam de imagens artificiais em anúncios, e novos casos de comércio mostram como vídeo, creators e marketplaces se conectam.

15/10

Google anunciou novas formas de destacar fontes na busca com IA.

87%

Das menções sobre imagens/anúncios de IA no recorte do estudo eram negativas.

3,5×

Engajamento potencial de campanhas com creators locais, segundo estudo setorial.

TRÊS MUDANÇAS DE LEITURA

- De alcance para consideração: a pergunta deixa de ser apenas “quantas pessoas viram?” e passa a incluir “quantas entenderam e confiaram?”.
- De postagem para evidência: informações oficiais, fotos reais, avaliações e contexto ajudam a sustentar a promessa da marca.
- De canal isolado para jornada: conteúdo, busca, social commerce, atendimento e conversão precisam trabalhar juntos.

PARA QUEM LÊ ESTE JORNAL

Empresas: revisar informações e provas de confiança.

Profissionais de marketing: diferenciar desempenho de exposição.

Alunos: aprender a transformar notícia em hipótese, teste e indicador.

GOOGLE + VISIBILIDADE EM IA

A resposta da IA quer mostrar melhor de onde veio a informação

RADAR

01

O FATO / DADO EXTERNO

Em 15/10, o Google anunciou mais links dentro das respostas de IA, uma seção em teste para páginas oficiais, carrosséis de notícias em mais localidades, miniaturas em links relacionados e teste de nomes de criadores clicáveis.

A empresa não publicou impacto em cliques nem cronograma específico para o Brasil.

GOOGLE + VISIBILIDADE EM IA

O QUE ACONTECEU • O QUE ISSO MUDA • COMO APLICAR

LEITURA MOVE

Ganhar uma menção não é igual a conquistar uma visita.

A prioridade é tornar páginas e perfis úteis, claros e verificáveis para que pessoas e sistemas encontrem a informação correta quando precisarem dela.

Fonte verificada | [Google Blog \(fonte primária\)](#) • 15/10/2026

APLICAÇÃO PRÁTICA

Revise uma página de serviço ou produto: nome exato, categoria, localização, dúvidas frequentes, fotos autênticas, dados de contato e prova de experiência.

Registre as perguntas reais em que a marca aparece e repita o teste mensalmente.

NOTA DE CONTEXTO Parte das novidades está em teste; não há garantia de citação ou aumento de tráfego.

PESQUISA + COMPORTAMENTO

O consumidor aceita a IA como conselheira, não como vitrine enganosa

RADAR

02

O FATO / DADO EXTERNO

A Buzzmonitor publicou em 14/10 estudo sobre 68.318 posts públicos em português coletados de julho a 7/10, a classificação de sentimento foi feita a partir de 430 trechos.

No recorte de apoio da IA à escolha, 61% dos relatos foram positivos.

No recorte de imagens e anúncios gerados por IA, 87% das menções foram negativas.

PESQUISA + COMPORTAMENTO

O QUE ACONTECEU • O QUE ISSO MUDA • COMO APLICAR

LEITURA MOVE

A utilidade da IA é percebida quando amplia a autonomia do comprador.

Quando substitui a fotografia do produto real ou impede atendimento humano, a tecnologia pode diminuir a confiança.

São recortes de conversa social, não percentuais de todos os consumidores brasileiros.

Fonte verificada | [Buzzmonitor \(estudo original\)](#) • 14/10/2026

APLICAÇÃO PRÁTICA

Para nossos clientes na Move, priorizamos imagens fiel dos produtos, detalhes de tecido/metal, medidas e vídeo de uso.

Para gastronomia, fotos e videos reais dos pratos.

Para área da saúde, demonstração de produtos reais e mantemos orientação humana em dúvidas sensíveis.

IA + BOAS PRÁTICAS

O IAB Brasil transforma o uso de IA em responsabilidade de marca

RADAR

03

O FATO / DADO EXTERNO

Em 13 e 14/10, o IAB Brasil publicou o Manual de Conformidade e Boas Práticas sobre IA na Publicidade Digital e a edição 2026 do Guia de Uso da IA. Os documentos abordam direitos autorais, privacidade, transparência, segurança de marca e as etapas de pesquisa, criação, mídia e medição.

IA + BOAS PRÁTICAS

O QUE ACONTECEU • O QUE ISSO MUDA • COMO APLICAR

LEITURA MOVE

Produzir mais rápido não reduz a responsabilidade de quem publica.

A curadoria humana deve verificar dados, direitos de imagem, veracidade de representações, consentimentos e coerência com a marca antes de colocar um criativo no ar.

Fonte verificada | [IAB Brasil \(manual original\)](#) • 13/10/2026

APLICAÇÃO PRÁTICA

Adote checklist de pré-publicação: (1) origem dos dados, (2) direitos e autorização, (3) produto representado fielmente, (4) revisão humana, (5) adequação ao público, (6) evidência arquivada. Use o mesmo processo em anúncios e posts orgânicos.

NOTA: O manual orienta boas práticas, cada caso pode exigir análise jurídica específica.

GOOGLE MAPS + SEO LOCAL

Ser recomendado no mapa depende de responder à necessidade concreta

RADAR

04

O FATO / DADO EXTERNO

Em 16/10, análise do Search Engine Land explicou como o Ask Maps combina contexto da pergunta, informações do Perfil da Empresa, avaliações e páginas do negócio.

O Google já havia anunciado em junho a chegada do Ask Maps em português ao Brasil, não se trata de lançamento inédito nesta semana.

GOOGLE MAPS + SEO LOCAL

O QUE ACONTECEU • O QUE ISSO MUDA • COMO APLICAR

LEITURA MOVE

Uma empresa local precisa comunicar mais do que categoria e endereço.

Atributos, ambiente, horário, acessibilidade, produtos, serviços e avaliações podem ajudar a explicar por que aquele local atende a uma necessidade específica.

Fonte verificada | [Search Engine Land \(análise especializada\)](#) • 16/10/2026

APLICAÇÃO PRÁTICA

Gastronomia: detalhe rodízio, horários, ambiente familiar, estacionamento e delivery, conforme oferta real.

Moda e Confecção: categorias infantil/feminino, tamanhos e endereço.

Serviços: atendimento, localização, produtos e limites de orientação clínica.

NOTA DE CONTEXTO As recomendações variam por pessoa e contexto; nenhuma ação garante aparecer no Ask Maps.

CREATORS + IDENTIDADE REGIONAL

A proximidade cultural pode valer mais do que o alcance genérico

RADAR

05

O FATO / DADO EXTERNO

O estudo Entre Brasis 2026, divulgado em 15/10, comparou campanhas com creators da região do público e de fora dela. Encontrou taxas de engajamento de 5,45% e 1,57%, respectivamente, cerca de 3,5 vezes.

O levantamento reuniu indicadores de campanhas e mais de 2.300 respostas de creators.

CREATORS + IDENTIDADE REGIONAL

O QUE ACONTECEU • O QUE ISSO MUDA • COMO APLICAR

LEITURA MOVE

Pertencimento não é um detalhe cosmético. Linguagem, referências e repertório local podem aumentar identificação e relevância.

O dado não prova que qualquer creator local sempre performará melhor: contexto, seleção e execução continuam importando.

Fonte verificada | [propmark / pesquisa Entre Brasis 2026](#) • 15/10/2026

APLICAÇÃO PRÁTICA

Para Xica, valorizamos a região e experiências reais de mães e clientes (com autorização).

Para Império, usamos histórias da região de Osasco e da equipe.

Para OZ, dialogamos com ocasiões e repertório das brasileiras na Flórida sem estereótipos.

NOTA DE CONTEXTO Comparação observacional de campanhas; não é experimento causal.

TIKTOK + SOCIAL COMMERCE

A live vira ponto de venda mas exige operação, não só audiência

RADAR

06

O FATO / DADO EXTERNO

Em 14/10, a propmark relatou que a Growth informou R\$ 2 milhões de faturamento em 72 horas de estreia no TikTok Shop, entre 21 e 24/09.

A ação envolveu transmissão contínua, mais de 100 criadores e 1,7 milhão de visualizações, segundo a marca.

TIKTOK + SOCIAL COMMERCE

O QUE ACONTECEU • O QUE ISSO MUDA • COMO APLICAR

LEITURA MOVE

O aprendizado transferível não é repetir a escala da campanha.

É conectar demonstração, prova, catálogo, oferta, estoque, atendimento e acompanhamento de conversões no mesmo fluxo.

Vídeo sozinho não garante venda.

Fonte verificada | [propmark / informações da marca](#) • 14/10/2026

APLICAÇÃO PRÁTICA

Para varejo, teste uma demonstração curta com produto real, preço e caminho de compra sem fricção. Antes da live commerce, valide estoque, logística, política de troca, capacidade de resposta e medição de pedidos atribuíveis.

MARKETPLACES + DISTRIBUIÇÃO

Até grandes varejistas estão ampliando os lugares onde a venda acontece

RADAR

07

O FATO / DADO EXTERNO

Em 16/10, Meio & Mensagem noticiou que o grupo Magalu passou a vender itens de Magazine Luiza e KaBuM! na Shopee, em Lojas Oficiais, com logística própria.

A parceria permite acesso a campanhas comerciais e formatos de social commerce da plataforma.

MARKETPLACES + DISTRIBUIÇÃO

O QUE ACONTECEU • O QUE ISSO MUDA • COMO APLICAR

LEITURA MOVE

A jornada comercial está menos concentrada em um canal.

Uma marca precisa manter coerência de preço, descrição, estoque, atendimento e identidade em cada ponto de descoberta e compra, inclusive quando o checkout acontece fora de seu site.

Fonte verificada | [Meio & Mensagem](#) • 16/10/2026

APLICAÇÃO PRÁTICA

Faça um inventário de presença: Instagram, Google, site, WhatsApp, Pinterest e canais de venda. Verifique nome da marca, links, descrição do produto, disponibilidade e política comercial. Priorize consistência antes de abrir novos canais.

MÍDIA PAGA + TRANSPARÊNCIA

Google Ads amplia a leitura do que a automação está fazendo

RADAR

08

O FATO / DADO EXTERNO

Em 13/10, o Search Engine Land destacou novos relatórios de termos de pesquisa e combinações de anúncios para campanhas com AI Max.

A documentação de suporte do Google detalha relatórios de ativos e combinações, inclusive textos personalizados por IA.

MÍDIA PAGA + TRANSPARÊNCIA

O QUE ACONTECEU • O QUE ISSO MUDA • COMO APLICAR

LEITURA MOVE

Automação sem leitura crítica vira caixa-preta.

Para o anunciante, entender termos acionados, criativos, páginas de destino e qualidade do resultado é tão importante quanto acompanhar custo por clique ou volume de conversões.

Fonte verificada | [Search Engine Land](#) • 13/10/2026

APLICAÇÃO PRÁTICA

Em contas elegíveis, revise consultas, textos gerados, URLs de destino e exclusões.

Compare com objetivo de negócio e qualidade do lead.

Registre hipóteses antes de alterar campanha, evite otimização apenas por volume de tráfego.

SINAIS COMPLEMENTARES

O que também entrou no radar

Duas referências de mercado que ajudam a ampliar a leitura da semana

ATENÇÃO + STREAMING

Em 16/10, a propmark relatou a expansão da operação publicitária da Netflix no Brasil.

Segundo números divulgados pela própria plataforma, o plano com anúncios reúne mais de 35 milhões de espectadores ativos mensais no país.

A Globo apresentou em 14/10 novos formatos de mídia e estudos de atenção no Upfront 2027.

LEITURA MOVE

O debate de mídia vai além de alcance bruto: atenção, contexto e adequação do ambiente ganham peso. Para pequenos negócios, o princípio é avaliar a qualidade do contato e não presumir que o canal com mais impressões é o que mais vende.

[Netflix e publicidade | propmark, 16/10/2026](#)

[Upfront Globo 2027 | propmark, 14/10/2026](#)

CASES + FORMATOS

Em 13/10, o Kwai divulgou 37 cases indicados ao Kwai Ad Awards 2026, de 26 marcas e 21 agências. Entre as categorias estão campanhas sazonais, collabs com creators e narrativas de entretenimento. A premiação reconhece trabalhos selecionados pela plataforma, não comprova eficácia universal dos formatos.

LEITURA MOVE

Vale estudar a estrutura criativa de cases: qual era o comportamento de entrada, como a história prendeu atenção, onde estava a marca e que ação foi pedida ao público. Depois, adaptar o princípio, não copiar a estética.

[Kwai Ad Awards 2026 | propmark, 13/10/2026](#)

APLICAÇÃO NOS NEGÓCIOS

Da notícia à decisão

Exemplos de aplicações de curto prazo para os clientes da Move

Moda infantil e feminina | Limeira

Ação: Montar carrossel de peças reais com medidas, composição e contexto de uso; reforçar localização e categorias no Perfil da Empresa, coletar dúvidas recorrentes do grupo VIP para virar conteúdo.

Indicador: Salvamentos qualificados, cliques para WhatsApp, buscas pelo nome e perguntas de produto.

Restaurante | Osasco

Ação: Criar conteúdo com fotos reais do rodízio e da costela, horários corretos, ambiente e perguntas frequentes. Organizar respostas a avaliações que descrevam atributos reais da experiência.

Indicador: Rotas, ligações, mensagens, reservas recebidas por canais próprios e visitas atribuíveis.

Saúde do sono

Ação: Produzir respostas educativas com fontes e demonstração de acessórios reais; distinguir informação geral de orientação clínica; facilitar atendimento humano para dúvidas técnicas.

Indicador: Cliques para produto, perguntas qualificadas, tempo de resposta e conversões assistidas.

Joias e aluguel | Flórida

Ação: Publicar detalhes autênticos de materiais e peças, condições de compra/aluguel e ocasiões de uso. Trabalhar descrições consistentes em português e inglês, conforme público e canal.

Indicador: Consultas sobre aluguel, visualizações de catálogo, mensagens e pedidos concluídos.

PARA ALUNOS E PEQUENOS NEGÓCIOS

EXERCÍCIO DE 20 MINUTOS

Escolha uma pergunta real de cliente.

Pesquise como ela aparece no Google e em uma IA.

Compare com seu perfil, página ou catálogo.

Liste três lacunas de informação e publique uma resposta objetiva com prova real.

Depois acompanhe o indicador adequado à etapa da jornada.

BASTIDORES MOVE

O trabalho que acontece antes do post

Um exemplo documentado da rotina de planejamento e produção

Em reunião operacional de 13/10/2026, registrada em ata interna da Move To Feel, foram discutidas a adaptação de uma pauta ao material realmente disponível, a organização de arquivos no Drive e Trello, a preparação antecipada de Stories, a janela de aprovação e a necessidade de conteúdos de reserva.

O REGISTRO REAL

O documento comprova decisões de processo, revisão de pauta, gestão de acervo, calendário, aprovação e contingência.

LEITURA MOVE

A notícia externa vira conteúdo útil quando encontra uma operação capaz de executá-la.

O fluxo é: observar sinais → validar fontes → identificar dúvida do público → checar acervo e informações → planejar → aprovar → publicar → medir → aprender.

BASTIDORES MOVE / REGISTRO COMPLEMENTAR

Quando a busca encontra a marca.

Três segmentos, três pesquisas reais e um mesmo desafio: estar presente quando o consumidor procura uma solução.

melhor rodizio em osasco



Império da Costela | Restaurante em Osasco

4,6 ★★★★★ (4.619) · R\$ 100–120

Churrasco · 📍 · R. Machado de Assis,

327

Restaurante especializado em costelas

Fechado · Abre ter. às 11:30

🗣️ "Comida boa, rodizio de costela por 95 reais (maio/25)."



01 IMPÉRIO DA COSTELA

"melhor rodizio em osasco"

O resultado mostra o restaurante associado à busca por rodizio em Osasco, com nota 4,6 e 4.619 avaliações no registro.

onde comprar cpap em sao paulo



CPAP Center - CPAP, BiPAP, Máscaras e Acessórios

4,6 ★★★★★ (11)

Loja de Artigos Hospitalares · 📍 · R.

Prof. Francisco de Castro, 70

Fecha em breve · 18:00 · Abre ter. às

09:00 · (11) 5085-9299



02 CPAP CENTER

"onde comprar cpap em sao paulo"

A ficha aparece em uma pesquisa de intenção de compra, identificando CPAP, BiPAP, máscaras e acessórios.

onde encontrar roupa plus size e lin



Xica Estilo e Conforto | Loja de Roupas em Limeira

4,9 ★★★★★ (50)

Loja de roupas com tamanhos especiais

· 📍 · Av. Dr. Fabricio Vampré, 532

Fecha em breve · 18:00 · Abre ter. às

09:00 · (19) 3451-2326

🗣️ "Melhor loja de Limeira!"



03 XICA ESTILO E CONFORTO

Busca por roupa plus size em Limeira

O resultado associa a loja a roupas de tamanhos especiais em Limeira, com nota 4,9 e 50 avaliações no registro.



Social Media Marketing

Do físico pra digital

LEITURA MOVE

Não basta produzir conteúdo para ser visto. Uma presença digital consistente também ajuda a marca a ser encontrada, compreendida e considerada — na busca, nas avaliações e nas informações do negócio.

SÍNTESE DA SEMANA

- Google e IA: aparecer nas respostas depende de informação acessível e relevante; a mudança anunciada não garante clique.
- Consumidor: IA pode ajudar a decidir, mas representações artificiais enganosas corroem confiança.
- Creators e comércio: autenticidade, contexto local e operação comercial importam mais que copiar formatos virais.
- Agência: processos de revisão, governança e medição são parte da entrega, não apenas a peça publicada.

A PERGUNTA QUE FICA

Se um cliente ou uma IA precisasse recomendar sua marca hoje, encontraria evidências suficientes para explicar por que ela merece ser escolhida?

FONTES E CRITÉRIOS

Fontes verificadas

Links clicáveis para os materiais originais e a cobertura especializada

- 01 Google Search: mais links e fontes em respostas de IA [Google Blog • 15/10/2026 ↗](#)
- 02 IA e consumo: estudo de 68.318 posts [Buzzmonitor • 14/10/2026 ↗](#)
- 03 Manual de boas práticas de IA [IAB Brasil • 13/10/2026 ↗](#)
- 03b Guia de IA na publicidade digital [IAB Brasil • 14/10/2026 ↗](#)
- 04 Ask Maps e recomendações de negócios [Search Engine Land • 16/10/2026 ↗](#)
- 04b Ask Maps no Brasil (contexto anterior) [Google Brasil • 10/06/2026 ↗](#)
- 05 Creators locais e pesquisa Entre Brasis [propmark • 15/10/2026 ↗](#)
- 06 Growth no TikTok Shop [propmark • 14/10/2026 ↗](#)
- 07 Magalu e Shopee [Meio & Mensagem • 16/10/2026 ↗](#)
- 08 Novos relatórios AI Max [Search Engine Land • 13/10/2026 ↗](#)
- 08b Documentação de relatórios AI Max [Google Ads Ajuda • documentação ↗](#)
- 09 Netflix e publicidade no Brasil [propmark • 16/10/2026 ↗](#)
- 10 Upfront Globo 2027 [propmark • 14/10/2026 ↗](#)
- 11 Kwai Ad Awards [propmark • 13/10/2026 ↗](#)

COMO LER OS DADOS

“O FATO” descreve notícia, estudo ou anúncio de terceiros. “LEITURA MOVE” é interpretação estratégica e não declaração da fonte. Números atribuídos a empresas e pesquisas foram apresentados com origem e limites; testes e recursos sem disponibilidade brasileira confirmada não foram tratados como lançamentos universais.

Curadoria concluída em 19/10/2026. Edição referente exclusivamente às notícias e sinais da semana de 12 a 18/10/2026; fontes de meses anteriores aparecem apenas como contexto, quando explicitamente indicado.