



Terra e Macuco Media unem expertise para transformar dados em inteligência estratégica para marcas

Terra Brand Score une diagnóstico, monitoramento e estratégia de GEO para ajudar marcas a ganhar relevância nas respostas de plataformas de inteligência artificial



Julio Tortorello, Head de Negócios em Dados do Terra & Vivo Ads e Pyr Marcondes, fundador da Macuco Media

São Paulo, 17 de setembro de 2026 – O avanço da inteligência artificial generativa está transformando a maneira como consumidores descobrem marcas, pesquisam produtos e tomam decisões de compra. Atento a essa mudança no comportamento de busca e descoberta das marcas, o Terra anuncia uma parceria estratégica com a Macuco Media, empresa fundada por Pyr Marcondes, para levar ao mercado o Terra Brand Score, solução criada para medir, monitorar e ampliar a presença das marcas nos principais motores de IA generativa.

A parceria reúne a capacidade de audiência, conteúdo e distribuição do Terra com a visão estratégica da Macuco Media sobre Generative Engine Optimization (GEO), disciplina voltada à construção de relevância, citabilidade e autoridade das marcas em ambientes mediados por inteligência artificial. Pyr Marcondes contribui com sua expertise em inovação, comunicação e inteligência de mercado para ampliar o potencial da solução e sua relevância para as marcas.

A iniciativa nasce da percepção de que a visibilidade conquistada nos mecanismos de busca tradicionais já não garante presença nas respostas produzidas por plataformas como ChatGPT e outros assistentes baseados em grandes modelos de linguagem (LLMs). Nesse novo cenário, as marcas precisam compreender como são citadas, recomendadas e percebidas pelas inteligências artificiais.

“Estamos entrando em uma nova etapa da disputa por relevância. Durante décadas, as marcas se preocuparam em aparecer nos resultados de busca. Agora, precisam entender se são reconhecidas, citadas e recomendadas pelas inteligências artificiais. GEO não substitui o SEO; é uma nova camada estratégica, na qual autoridade, conteúdo, dados e consistência passam a determinar se uma marca existe ou não nas respostas que influenciam consumidores”, afirma Pyr Marcondes, fundador da Macuco Media.

Estudo realizado pelo Terra BrandScore para analisar a presença das marcas nas principais LLMs, mostrou que em 55% das respostas nenhuma das marcas do setor pesquisado foi mencionada. Além disso, as marcas apareceram em apenas 20% das respostas relacionadas ao seu próprio mercado. Quando uma marca foi citada pelas LLMs, em 62% dos casos a narrativa construída aconteceu a partir de fontes de terceiros e não dos seus canais oficiais.

O levantamento também aponta para um desafio, já que as IAs não oferecem uma única resposta. Em 75% dos casos analisados pelo estudo, os assistentes discordam sobre qual é a marca líder da categoria. Mesmo quando o consumidor pergunta diretamente sobre uma empresa os concorrentes aparecem em mais da metade das respostas.

“A próxima fronteira da competitividade é liderar a narrativa que alimenta as respostas das IAs. Como um dos maiores produtores de conteúdo e informação do país, o Terra está em uma posição única para ajudar as marcas a construir autoridade, relevância e influência nos ambientes que moldam as decisões dos consumidores”, afirma Julio Tortorello, Head de Negócios em Dados do Terra & Vivo Ads.

A proposta do Terra é oferecer ao mercado uma solução que vá além do monitoramento. O Terra Brand Score combina tecnologia proprietária, análise de milhares de prompts, benchmark competitivo e recomendações estratégicas para avaliar indicadores como menções, citações, share of voice e sentimento de marca dentro dos ambientes de IA.

Além do diagnóstico, a solução propõe planos de ação voltados às melhores práticas de Generative Engine Optimization (GEO), disciplina que vem ganhando relevância à medida que a IA passa a ocupar um papel central na jornada de consumo. O Terra Brand Score permite identificar oportunidades de posicionamento, fontes de influência para os modelos de IA e estratégias de conteúdo capazes de fortalecer a autoridade das marcas em territórios específicos.

A parceria entre Terra e Macuco Media reforça a atuação do publisher como parceiro estratégico de anunciantes em um momento de transformação do ecossistema digital. Além de ampliar o portfólio de soluções publicitárias para o mercado, a iniciativa conecta inteligência de dados, conteúdo, distribuição e estratégia para responder a uma questão cada vez mais crítica para as marcas: como garantir relevância em um ambiente mediado por diferentes inteligências artificiais.