

A nova fase da IA é agir. Agora o desafio é confiar

Durante os últimos três anos, a Inteligência Artificial foi o principal argumento de venda da indústria de cibersegurança. Quase todas as empresas diziam ter IA e prometiam automatizar operações, reduzir riscos e aliviar a sobrecarga das equipes de segurança

Alisson Santos (*)

Na prática, porém, boa parte dessas soluções ainda funcionava como um assistente sofisticado que analisava dados, fazia recomendações e aguardava que um especialista tomasse a decisão final.

Na Black Hat USA 2026, realizada em Las Vegas, na primeira semana de agosto, na qual estive presente, ficou evidente que essa fase terminou.

Pela primeira vez, a discussão deixou de ser sobre o potencial da Inteligência Artificial e passou a ser sobre sua operação. A IA saiu definitivamente do slide e entrou na arquitetura das plataformas. Essa talvez seja a mudança mais importante que vi na conferência.

Os fabricantes já não apresentam apenas ferramentas que auxiliam analistas. Estão colocando em produção agentes capazes de investigar incidentes, correlacionar informações, chegar a conclusões e executar respostas dentro de limites definidos pela própria organização. Tudo isso com trilhas de auditoria, rastreabilidade e possibilidade de reversão.

Existe uma diferença enorme entre sugerir uma ação e executá-la. É justamente essa fronteira que a indústria começou a cruzar.

Isso também explica por que a abertura do evento foi tão diferente neste ano. A presença conjunta da Casa Branca, CISA, FBI e Departamento de Guerra discutindo políticas públicas para uma era orientada por IA mostrou que o tema deixou de ser exclusivamente tecnológico. Estamos falando



Geralt Pixabay, CANVA

de infraestrutura crítica, soberania digital e competitividade econômica.

Ao mesmo tempo, chamou minha atenção o fato de que praticamente todas as conversas importantes giravam em torno de confiança. A pergunta deixou de ser “como usar IA?” e passou a ser “como confiar nela?”. Não existe Inteligência Artificial confiável sem dados confiáveis.

As pesquisas apresentadas durante o evento reforçam exatamente esse ponto. O levantamento da Gigamon mostrou que a IA esteve presente em 83% dos incidentes analisados, mas o dado mais relevante talvez seja outro, organizações com maior visibilidade sobre suas redes conseguem compreender o que aconteceu e responder com muito mais precisão. Quem não possui essa visibilidade continua trabalhando com hipóteses.

A pesquisa da Picus segue a mesma direção ao demonstrar que os ataques continuam evoluindo em velocidade superior às abordagens tradicionais de defesa. Se o atacante automatiza sua operação, a defesa também precisa automatizar a sua. Caso contrário, a diferença de escala se torna impossível

de compensar apenas com pessoas.

Talvez seja justamente esse o maior aprendizado da Black Hat deste ano.

Durante muito tempo discutimos se a IA substituiria profissionais de segurança. Hoje essa pergunta perdeu relevância. O verdadeiro debate agora é se alguma empresa irá conseguir operar segurança sem Inteligência Artificial daqui para frente.

Não porque a IA seja perfeita, está longe disso. Mas porque o volume de alertas, vulnerabilidades, identidades, dispositivos e eventos já ultrapassou a capacidade humana de análise. O papel do especialista muda, ele deixa de executar tarefas repetitivas para assumir uma função de supervisão, governança e tomada de decisão estratégica.

Esse movimento tem uma implicação especialmente positiva para a América Latina.

Existe uma percepção equivocada de que essa nova geração de soluções exige começar tudo do zero. O que vi na Black Hat aponta exatamente o contrário. A maior parte dessas plataformas aproveita investimentos

que muitas empresas já realizaram em identidade, proteção de dados, telemetria e observabilidade. O desafio agora não é comprar mais tecnologia. É conectar melhor a tecnologia existente.

Isso também transforma profundamente o papel do ecossistema de canais e dos distribuidores de valor agregado. Quem continuar apenas revendendo licenças tende a perder espaço. O mercado passa a exigir integração, arquitetura, capacitação técnica e capacidade de provar que diferentes soluções realmente funcionam juntas dentro da realidade operacional do cliente.

Antes de se impressionar com qualquer demonstração, os CISOs deveriam fazer perguntas simples como, por exemplo, quais decisões esse agente pode tomar sozinho? Quem define esses limites? Existe rastreabilidade? É possível desfazer uma ação? A inteligência utilizada vem de uma única fonte ou de múltiplos domínios correlacionados? Essas respostas serão muito mais importantes do que qualquer promessa de marketing.

Após acompanhar o evento estou convencido de que a indústria entrou em uma nova etapa. Agora, começa a fase em que a Inteligência Artificial será julgada não pelo que promete, mas pelo que entrega diariamente dentro das operações de segurança.

E essa talvez seja a mudança mais significativa que a cibersegurança viveu desde a consolidação da nuvem, a IA deixou de ser uma funcionalidade e passou a ser a arquitetura sobre a qual as decisões serão tomadas.

(*) Head de Produto da CLM.

Otimizar o site já não basta: a evolução do CRO na era da IA

Estudo mostra que AI Overviews pode reduzir em até 58% os cliques orgânicos, enquanto visitantes vindos de plataformas de IA apresentam maior taxa de conversão. A ascensão dos mecanismos de inteligência artificial está transformando profundamente uma das disciplinas mais importantes do marketing digital de performance: o Conversion Rate Optimization (CRO). Se antes o trabalho de otimização concentrava-se em melhorar a experiência dentro dos sites das marcas, agora boa parte da decisão de compra ocorre antes mesmo do consumidor acessar uma página.

A mudança é impulsionada pela popularização de recursos como os AI Overviews do Google, ChatGPT e outros assistentes baseados em inteligência artificial, que passaram a concentrar etapas de descoberta, comparação e avaliação de produtos e serviços. Nesse novo cenário, o clique deixa de representar o início da jornada e passa, muitas vezes, a ser apenas sua etapa final.

Os dados confirmam essa transformação. Segundo estudo da Ahrefs, a presença dos AI Overviews pode reduzir em até 58% a taxa de cliques da primeira posição dos resultados orgânicos. Pesquisa do Pew Research Center identificou comportamento semelhante ao observar que usuários clicam significativamente menos nos links tradicionais quando recebem respostas geradas por inteligência artificial. Ao mesmo tempo, levantamento da Adobe mostra que visitantes originados dessas plataformas chegam mais preparados para decidir, registrando maior engajamento e taxas de conversão superiores a de outros canais.

Para Tiago Dada, SEO & CRO Manager da Cadastra, empresa de tecnologia, dados e marketing que resolve desafios de crescimento, esse movimento não representa o enfraquecimento do CRO, mas sua evolução para uma abordagem mais estratégica. “O maior erro é imaginar que a inteligência artificial reduz a importância do CRO. O que ela faz é ampliar seu escopo. A decisão do consumidor deixou de acontecer exclusivamente dentro do site e passou a ser construída em diversos ambientes digitais. O papel do CRO agora é otimizar essa jornada como um todo, garantindo consistência da marca e removendo barreiras à decisão em cada ponto de contato”, afirma.

Segundo o executivo, essa nova realidade exige que empre-

sas abandonem a visão linear do funil de conversão. Hoje, mecanismos de busca, plataformas de IA, marketplaces, redes sociais, CRM e canais proprietários influenciam simultaneamente o processo de decisão do consumidor.

Nesse contexto, métricas tradicionalmente utilizadas para medir desempenho, como taxa de conversão, volume de tráfego e abandono de páginas, continuam relevantes, mas deixam de contar toda a história. Ganham espaço indicadores relacionados à presença da marca nas respostas produzidas por inteligência artificial, crescimento das buscas de marca, qualidade das visitas recebidas e influência exercida ao longo da jornada.

Outro desafio passa a ser a mensuração da atribuição. Um consumidor pode descobrir uma empresa em uma conversa com uma IA generativa, pesquisar posteriormente o nome da marca no Google e concluir a compra dias depois, sem que a influência da inteligência artificial apareça nos relatórios tradicionais de analytics.

“O clique deixou de ser o principal objeto de otimização. Hoje precisamos entender como a decisão é construída antes dele. As empresas que continuarem olhando apenas para o desempenho do site terão uma visão incompleta da jornada do consumidor e poderão perder oportunidades importantes de crescimento”, explica Dada.

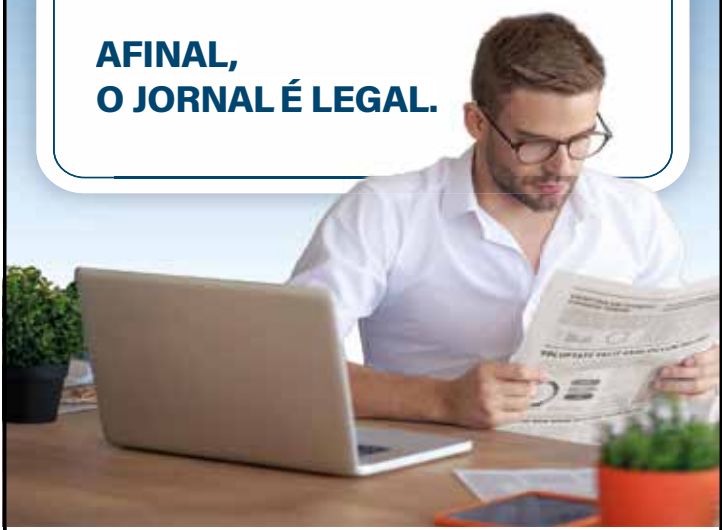
Ao mesmo tempo, a própria inteligência artificial passa a atuar como aliada das estratégias de CRO. Ferramentas baseadas em IA conseguem analisar grandes volumes de dados comportamentais, de mídia e CRM para identificar padrões, gargalos e oportunidades de otimização que dificilmente seriam encontrados por análises convencionais.

Para a Cadastra, o profissional de CRO tende a assumir um papel cada vez mais integrador, conectando SEO, mídia, conteúdo, CRM, experiência do usuário e dados em torno de um objetivo comum: influenciar a decisão do consumidor desde os primeiros contatos com a marca até a conversão final.

“O site continua sendo um ativo essencial, mas já não é mais o centro absoluto da estratégia. A conversão começa muito antes da visita. As empresas que compreenderem essa mudança terão vantagem competitiva em um ambiente cada vez mais mediado por inteligência artificial”, conclui o executivo.

AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO DATADAS E AUTENTICADAS, SEM MARGEM PARA ALTERAÇÃO POSTERIOR DO CONTEÚDO DIVULGADO.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



 CONSELHO NACIONAL DE JORNALISMO

 ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALISTAS

 ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISTAS E REDATORES

 JORNAL DO INTERIOR

 **BANCO BMG S.A.**
Companhia Aberta - CNPJ/MF nº 61.186.680/0001-74 - NIRE nº 3.530.046.248-3

Ata da Reunião Ordinária do Conselho de Administração Realizada em 30 de Julho de 2026
Data, Hora, Local: 30.07.2026, às onze horas, na sede do Banco BMG S.A., situada na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, 9º andar, sala 94, bloco 04, 10º andar, sala 101, parte bloco 01, sala 102, parte bloco 02, sala 103, bloco 03 e sala 104, bloco 04 e 14º andar, sala 141, bloco 01, Condomínio Edifício São Luiz, São Paulo/SP.
Presença: Os Conselheiros Ricardo Annes Guimarães, Ângela Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, José Eduardo Gouveia Domicale, Olga Stankevicius Colpo, Dorival Dourado Junior, Marco Antonio Antunes, Gueitiro Matsuo Genso e Flavio Dias Fonseca da Silva. **Mesa:** Presidente: Olga Stankevicius Colpo, Secretária: Deise Peixoto Domingues.
Deliberações Aprovadas: 1. A declaração e o pagamento de juros sobre o capital próprio aos acionistas da Companhia, calculados nos termos do artigo 9º da Lei nº 9.249/95, no valor total bruto de R\$ 64,3 milhões, referentes ao 2º trimestre de 2026. O valor bruto é equivalente a R\$ 0,10 por ação ordinária e preferencial de emissão da Companhia, com retenção de 17,5% de imposto de renda retido na fonte, exceto para os acionistas comprovadamente imunes ou isentos, resultando no valor líquido de R\$ 0,0825 por ação. Os juros sobre capital próprio ora declarados serão imputados, ad referendum da Assembleia Geral Ordinária a ser realizada em 2027, aos dividendos mínimos obrigatórios devidos aos acionistas da Companhia. O pagamento aos acionistas será efetuado no dia 04.09.2026, tendo como base de cálculo a posição acionária final registrada no dia 21.08.2026; e 2. Autorizar a administração da Companhia a praticar todos os atos necessários para a implementação da deliberação ora aprovada.
Encerramento: Nada mais. Olga Stankevicius Colpo, Ricardo Annes Guimarães, Antônio Mourão Guimarães Neto, José Eduardo Gouveia Domicale, Dorival Dourado Junior, Flavio Dias Fonseca da Silva, Marco Antonio Antunes, Gueitiro Matsuo Genso e Ângela Annes Guimarães. Olga Stankevicius Colpo - Presidente, Deise Peixoto Domingues - Secretária. JUCESP nº 306.872/26-2 em 10.08.2026. Marina Centurion Dardani - Secretária Geral.

SIFRA S/A
CNPJ/MF sob nº 03.729.970/0001-10 - NIRE 35.300.196.392

Editai de Convocação para a Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária a ser Realizada em 24 de Agosto de 2026

A diretoria da Sifra S/A, sociedade anônima, com sede na Rua Dr. Eduardo de Souza Aranha, 153, conjunto 31, Vila Nova Conceição, São Paulo - SP, CEP 04543-904, com seus atos constitutivos arquivados na Junta Comercial do Estado de São Paulo ("JUCESP") sob o NIRE 35.300.196.392, inscrita no CNPJ/MF sob nº 03.729.970/0001-10 ("Companhia"), vem pela presente, nos termos do artigo 124 da Lei nº 6.404/1976, convocar os acionistas da Companhia para se reunirem em Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária a ser realizada no dia 24 de agosto de 2026, às 11 (onze) horas, na sede da Companhia, a fim de examinar, discutir e deliberar sobre a seguinte ordem do dia: **Em Assembleia Geral Ordinária:** 1. Tomar as contas dos administradores e examinar, discutir e votar as demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31/12/2025; e 2. Deliberar sobre a destinação do resultado do exercício social encerrado em 31/12/2025, incluindo a absorção do prejuízo apurado. **Em Assembleia Geral Extraordinária:** 3. Tomar conhecimento da renúncia apresentada pelo Sr. Roberto Carlos Pestana Filho ao cargo de Diretor da Companhia. **Luis Geraldo Schonenberg - Diretor. (14, 15 e 18)**

MAUBERTEC TECNOLOGIA EM ENGENHARIA LTDA.
CNPJ/MF nº 36.037.866/0001-14 - NIRE 35.2.3581485-6

Ata de Reunião de Sócios realizada em 07 de agosto de 2026
Aos 07/08/2026, às 10 h., na sede, com a presença da totalidade: **Mesa:** José Roberto Bernasconi, Presidente; e Luciano Afonso Borges, Secretário. **Deliberações Unâni**mes: (a) aprovaram a proposta da administração para redução proporcional do capital social da Sociedade, em R\$ 17.142.819,00, por julgá-lo excessivo, conforme art. 1.082, II, do Código Civil Brasileiro, passando de R\$ 29.142.819,00 para R\$ 12.000.000,00, mediante o cancelamento de 17.142.819 quotas de emissão da Sociedade, com valor nominal de R\$1,00 cada uma, proporcionalmente distribuídas entre os sócios José, Luciano e Rubens na razão de suas respectivas participações no capital social, nos termos do artigo 1.082 c/c art. 1.056, ambos do Código Civil Brasileiro, os quais permanecem sócios da Sociedade após a presente redução, com o que expressamente concordam, em caráter irrevogável e irretirável. Tendo em vista que a redução de capital ora deliberada resulta em restituição aos sócios José, Luciano e Rubens parte do valor das quotas, a referida deliberação apenas se tornará efetiva 90 dias após a publicação desta ata, conforme previsto no artigo 1.084, §2º, do Código Civil Brasileiro, ocasião em que a alteração contratual correspondente será registrada perante a Junta Comercial de São Paulo, para todos os fins e efeitos. A restituição do capital aos sócios, no valor total de R\$ 17.142.819,00, correspondente ao montante ora reduzido, será realizada em moeda corrente nacional aos sócios, após o encerramento do prazo de 90 dias previsto no parágrafo 2º do artigo 1.084 do Código Civil Brasileiro para eventual oposição de credores, contado da publicação desta ata, desde que não haja oposição pendente de resolução. Nada mais. São Paulo/SP, 07 de agosto de 2026.



Publicidade Legal



PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/55BA-8447-9B3B-D23B> ou vá até o site <http://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 55BA-8447-9B3B-D23B



Hash do Documento

ABB1BDAC75F98C032EC59A24E10CBA752DA2B9DC94552FC37983DE0B5C8272EE

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 13/08/2026 é(são) :

- ☒ Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 13/08/2026 19:04 UTC-03:00
- Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.

IP: 172.16.4.34

AC: AC Certisign RFB G5

