FAST FORWARD XPERIENCE

web summit LISBON

COBERTURA AO VIVO DA CURADORIA FFX

PALCO	DIA	LISBOA
CENTRE STAGE	**10 NOV 2026**	**14:40**

VENDA O CONTEÚDO À IA, MAS NÃO ENTREGUE O CLIENTE

NOVA MÍDIA · IA · LICENCIAMENTO · DADOS

KC Sullivan

Presidente da CNBC desde 2022, responde pela TV e pelo digital da rede no mundo, pelos produtos de assinatura (CNBC Pro, CNBC+) e pelos eventos e conselhos de CEOs.

Matt Murray

Executive Editor, The Washington Post

Astrid Maier

Vice-editora-chefe e chefe de estratégia da dpa, a agência de notícias alemã, cargo que assumiu em 1º de janeiro de 2026 com a missão explícita de conduzir o uso de IA na agência.

EM 30 SEGUNDOS

No Web Summit, o Washington Post disse que só fecha acordo com empresa de IA que pague e mande leitores de volta; a CNBC aposta no que a IA não copia: confiança e entrevistas ao vivo.

O dilema chega ao varejo: catálogo, preço e marca também serão lidos por agentes de IA antes do cliente.

NÚMEROS DO PALCO

95%

Visitas de IA ao Washington Post que vêm da OpenAI, 2026

2 condições

Mínimo do Post para acordo com IA: tráfego e pagamento

1 a 2 anos

Prazo previsto por Murray para um padrão setorial de acordos

PARA LEVAR

1. **Guarde para o canal próprio o que a IA não copia: confiança, exclusivas e atendimento.**
2. **Use a IA primeiro dentro de casa, para melhorar o produto que só você vende.**
3. **Negocie com as empresas de IA junto com o seu setor, não sozinho.**

O ARTIGO

3 MIN DE LEITURA

Matt Murray, editor executivo do Washington Post, levou ao Web Summit um número para provar que dá para cobrar da IA sem perder o leitor: 95% das visitas que o jornal recebe de ferramentas de IA chegam pela OpenAI, com quem o Post tem acordo.

No mesmo painel, KC Sullivan, presidente da CNBC, mostrou outro caminho: usar a IA dentro de casa e apostar no que ela não copia. **Em jogo está quem fica com o cliente quando a pergunta vai primeiro ao chatbot.**

O critério de Murray separa duas coisas que costumam andar juntas: vender o acesso ao texto e entregar a relação com o leitor. Para ele, todo acordo precisa de dois elementos: visitas de volta ao site, com crédito da fonte, e pagamento justo por um conteúdo que, em muitos casos, os robôs copiam do jornal há muito tempo. “Não vai ser negociável se você não tiver essas duas coisas.”

Das duas exigências, a das visitas é a que a IA menos cumpre. Um dado de fora do palco, da TollBit, mostra que editores europeus receberam uma visita humana vinda de apps de IA para cada 179 visitas de robôs no primeiro semestre de 2026. **Os 95% do Post têm outro lado: depender de um só parceiro faz da renovação desse contrato o ponto fraco do modelo.**

KC Sullivan, presidente da CNBC, apontou onde está o poder de negociação: no que a IA não consegue copiar. O primeiro ativo é a confiança, que se destaca num mar de conteúdo genérico. O segundo são as entrevistas exclusivas ao vivo, que protegem a rede dos concorrentes. Murray somou os furos e lembrou que o público confia menos na IA do que nos jornais.

A CNBC, que ainda não fechou acordo com nenhuma empresa de IA e diz buscar um, usa a tecnologia para ampliar essa vantagem dentro de casa. A transcrição ao vivo transforma vídeo em texto fácil de ler no celular e divide as entrevistas em capítulos resumidos: quem perdeu a conversa com Jamie Dimon ou Elon Musk pula direto para a parte que interessa. O mesmo texto permite personalizar o que cada usuário recebe. Tudo isso vai alimentar um produto vendido direto ao consumidor no ano que vem e um chatbot dedicado ao próprio conteúdo. No Apple News, a rede publica parte do material e guarda o resto para quem assina.

O contrato decide quem fica com o cliente

Acordo com condições	Acordo sem condições
Tráfego Visitas voltam ao site com crédito da fonte	**Receita** Pagamento único pelo texto
Receita Pagamento justo pelo conteúdo já usado	**Visibilidade** Marca depende do intermediário para ser achada
Negociação Setor define padrões junto, via coalizão	**Negociação** Cada empresa sozinha diante da big tech

Fora da mídia, o dilema é o mesmo para quem tem catálogo, preço ou marca que um agente de IA vai ler antes do cliente. **Liberar tudo traz receita, mas ensina o intermediário a responder sem mandar o cliente de volta; ficar de fora tira a marca das respostas.**

> **QUANDO DIZEM QUE ACORDOS ASSIM NÃO SÃO POSSÍVEIS, OU QUE NÃO MERECEMOS COMPENSAÇÃO, EU NÃO COMPRO ESSA IDEIA.**
>
> **Matt Murray**, Executive Editor da The Washington Post

Murray indicou como ganhar força nessa mesa. Negociar com as empresas de tecnologia uma a uma, em vez de construir um entendimento comum, não ajudou o setor, disse. Por isso o Post anunciou no palco sua entrada na SPUR, coalizão internacional que cria padrões para esses contratos.

A CNBC usa a IA para reforçar o que só ela tem

ENTREVISTAS EXCLUSIVAS AO VIVO

Transcrição ao vivo Vídeo vira texto legível no celular	**Capítulos** Resumos para pular ao trecho que importa
Personalização Cada usuário recebe o que lhe interessa	**Produto direto** Oferta ao consumidor prevista para o próximo ano
Chatbot próprio Responde só com conteúdo da casa	**Apple News** Parte aberta, resto reservado a assinantes

Quem assina sem visitas de volta, crédito e pagamento recebe uma vez pelo texto e passa a depender do intermediário para ser encontrado. Com essas condições no contrato, dá para vender o texto e continuar dono da relação com o cliente.

LEITURA FFX

Para a FFX, quem negocia com a IA ganha força ao definir as condições de acesso, e ganha mais quando o setor age junto.

No Brasil, ANJ, Abert e Aner foram juntas à Justiça e obtiveram, em novembro, liminar que proíbe a Meta de usar conteúdo jornalístico para treinar IA sem autorização; as entidades contestavam uma regra que exigia dos veículos acesso irrestrito ao que produzem como condição para usar as plataformas (Meio & Mensagem, 2026).

No varejo, a OLX pôs em maio seu inventário de autos e bens de consumo na busca do ChatGPT (Nosso Meio, 2026).

Para varejistas, bancos e operadoras de saúde, a decisão é abrir o catálogo ao agente só com link, crédito e fechamento no canal próprio, e negociar essas condições em grupo.

PROVOCAÇÃO FFX

SEU CLIENTE AINDA CONFIA MAIS EM VOCÊ DO QUE NA IA. ESSE É O ATIVO QUE NENHUM CONTRATO DEVERIA VENDER.

RETRATO DA EMPRESA

THE WASHINGTON POST E CNBC

O Washington Post é o jornal americano de Jeff Bezos desde 2013, vive principalmente de assinatura digital e tem acordo de conteúdo com a OpenAI. A CNBC é a rede americana de TV de notícias de negócios.

Post: previsão de equilíbrio financeiro em 2026, após prejuízos desde 2022 (Press Gazette, set/2026)

Post: mais de 300 mil assinaturas individuais vendidas em 2026 até setembro (Poynter, set/2026)

Post: receita de publicidade programática **53%** maior que no ano anterior, segundo o porta-voz do jornal (TheWrap, set/2026)

Post: redação reduzida em cerca de um terço, para cerca de 500 pessoas (NPR, fev/2026)

Post: acordo de conteúdo com a OpenAI desde abril de 2025 (CNBC, 2025)

CNBC: ainda sem acordo com empresa de IA, lança um produto direto ao consumidor no ano que vem (KC Sullivan, no palco)

FONTES

1. Digiday: European publishers are getting hit harder by AI bot scraping (TollBit, 1º semestre de 2026)
2. Reuters Institute: Digital News Report 2026, resumo executivo
3. EMARKETER: Gráficos avulsos 2025-2026, comércio agêntico e IA na jornada de compra (abril de 2026)
4. Press Gazette: Washington Post 'on track to break even' after four years of losses
5. Poynter: Jeff Bezos likes what he's seen from The Washington Post's interim boss
6. TheWrap: Washington Post Names Jeff D'Onofrio Publisher and CEO
7. NPR: Washington Post CEO departs after going AWOL during massive job cuts
8. CNBC: ChatGPT adds Washington Post content to OpenAI media deals (2025)
9. Meio & Mensagem: Justiça proíbe Meta de usar conteúdo sem autorização (2026)
10. Nosso Meio: Grupo OLX anuncia integração com ChatGPT e OLX passa a ser o primeiro marketplace brasileiro na ferramenta (2026)