

Desinformação por simulação: a inteligência artificial generativa e a fabricação da realidade nos casos de Marisa Maiô e do São João de Ulianópolis

Danilo Araújo

Universidade Federal do Amapá, Departamento de Letras e Artes, Macapá, AP, Brasil
<https://orcid.org/0000-0001-5970-8474>

Giovana Mesquita

Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, PE, Brasil
<https://orcid.org/0000-0001-6569-4515>

Amanda Silva

Universidade Federal de Pernambuco, Departamento de Educação, Recife, PE, Brasil
<https://orcid.org/0000-0001-6569-4515>

Resumo

Este artigo analisa como a inteligência artificial generativa pode disseminar desinformação ao simular autenticidade em conteúdos audiovisuais. O estudo aborda dois casos de 2025: o vídeo da personagem virtual Marisa Maiô e a campanha do São João da Prefeitura de Ulianópolis, Pará, amplamente divulgados nas redes sociais. A pesquisa adota abordagem qualitativa, com base na Análise de Conteúdo, buscando compreender como narrativas automatizadas reconfiguram debates sobre verdade, pertencimento e sensibilidade. Os resultados mostram que, mesmo sem difundir falsidades, esses conteúdos reforçam estéticas padronizadas, invisibilizam sujeitos locais e confundem a percepção pública. Conclui-se pela necessidade de uma crítica comunicacional voltada à mediação cultural e à responsabilidade ética diante da automação simbólica.

Palavras-chave

inteligência artificial generativa; desinformação; comunicação pública; simulação algorítmica; análise de conteúdo

1 Introdução

A contemporaneidade é marcada por uma comunicação densamente mediada, em que o digital e o analógico se entrelaçam (Saad *et al.*, 2021) e as plataformas digitais moldam experiências contínuas e personalizadas. Nesse ecossistema, a inteligência artificial (IA) generativa catalisa transformações profundas, ao produzir textos, imagens e vídeos com alta verossimilhança (Santos; Sant’Ana, 2024; Canavilhas *et al.*, 2024). Tais sistemas, que aprendem padrões a partir de grandes volumes de dados para sintetizar conteúdos novos (Floridi; Chiriatti, 2020), borram a fronteira entre o que é registrado do mundo e o que é fabricado por modelos estatísticos, instaurando o que Manovich (2018) descreve como uma estética algorítmica que reorganiza nossas formas de perceber a realidade.

Esse cenário coloca em pauta um problema relevante para o campo da comunicação: o deslocamento da desinformação proveniente da falsidade factual para o da simulação da realidade. Como aponta Wardle (2019), a desinformação contemporânea raramente se resume a mentiras explícitas; ela opera, sobretudo, pela articulação de elementos verossímeis em contextos enganosos. Com a IA generativa, esse processo ganha nova densidade, pois os próprios elementos: rostos, vozes, gestos, cenários, podem ser inteiramente fabricados (Chesney; Citron, 2019). Trata-se daquilo que Baudrillard (1991) descreveu como simulacro: signos que não remetem a um referente real, mas que circulam como se fossem reais, produzindo efeitos sociais concretos.

Essa apropriação amplia os dilemas comunicacionais à medida que a verossimilhança técnica e a ativação de repertórios culturais passam a ser os principais vetores de credibilidade (Bucci, 2023). Nesse contexto, a IA opera não apenas como ferramenta, mas como mediadora simbólica, capaz de reorganizar percepções e invisibilizar sujeitos sociais ao substituir experiências vividas por narrativas artificiais.

Diante desse cenário, este artigo propõe uma reflexão crítica sobre os impactos da IA na circulação da desinformação, analisando dois casos emblemáticos: o vídeo da personagem virtual Marisa Maiô e a campanha junina da Prefeitura de Ulianópolis, Pará (PA). A metodologia é qualitativa, com base na Análise de Conteúdo proposta por Saldanha (2016), estruturada em cinco etapas de codificação, buscando compreender como os processos de automação simbólica produzem sentidos e tensionam o direito à comunicação plural e transparente.

2 IA generativa, simulação da realidade e os limites da informação

A inteligência artificial generativa pode ser definida como um conjunto de sistemas computacionais capazes de produzir conteúdos novos, textos, imagens, áudios e vídeos, que mantêm coerência interna e verossimilhança com produções humanas, a partir de redes neurais profundas treinadas em grandes coleções de dados (Floridi; Chiriatti, 2020; Goodfellow *et al.*, 2014). Nessa modalidade, a máquina não recupera informação previamente registrada: ela sintetiza, por inferência estatística, artefatos que nunca existiram empiricamente.

Ao introduzir no fluxo informacional objetos sem referente externo, essa síntese subverte o problema clássico da mediação comunicacional, antecipado por Baudrillard (1991) na sua análise da precessão dos simulacros. Conforme observa Manovich (2018), os softwares culturais reorganizam categorias estéticas e cognitivas, fazendo com que a forma do conteúdo passe a determinar tanto seu modo de produção quanto sua recepção.

O avanço dos modelos generativos amplia, assim, as tensões em torno da circulação informacional. Se antes o debate sobre desinformação se concentrava na velocidade da circulação e na checagem factual (Wardle; Derakhshan, 2017), hoje em dia os dilemas se concentram na capacidade da IA de fabricar produtos audiovisuais que parecem naturais, ainda que sua origem seja inteiramente sintética. Chesney e Citron (2019) descrevem esse fenômeno como a era das “mídias sintéticas”, em que deepfakes e materiais correlatos corroem a presunção de que o que se vê e se ouve corresponde a algo efetivamente ocorrido. Para Bucci (2023), trata-se de uma crise da própria experiência da verdade pública: a IA generativa não apenas produz simulacros, mas insere-os na esfera midiática sem deixar rastros de sua artificialidade. Emergem, então, duas questões centrais: como assegurar transparência em processos comunicacionais mediados por algoritmos e, sobretudo, como garantir responsabilidade pública quando a distinção entre o real e o ficcional se dissolve?

No Brasil, observa-se que a IA já é incorporada em diferentes esferas, do jornalismo à publicidade institucional, quase sempre sem indicar ao público que os conteúdos foram artificialmente gerados (Ioscote, 2023). Essa ausência de sinalização compromete o direito à informação clara, previsto no debate contemporâneo sobre direitos comunicacionais (Ramos, 2005). Ainda configura um apagamento simbólico: ao mascarar a artificialidade, a tecnologia se consolida como mediadora da experiência social, criando simulacros que circulam como autênticos (Baudrillard, 1991).

É justamente nesse ponto que os casos aqui analisados adquirem particular relevância analítica. O vídeo-paródia da personagem Marisa Maiô tensiona as fronteiras entre humor, performance e verossimilhança ao mobilizar e parodiar os códigos estéticos e narrativos da televisão sensacionalista. Ao fazê-lo, produz efeitos de reconhecimento e adesão emocional por parte da audiência, explorando repertórios midiáticos já naturalizados no imaginário social. A eficácia da paródia decorre, precisamente, de sua capacidade de mimetizar convenções discursivas familiares, tornando difusa a separação entre encenação, crítica e autenticidade. Já a peça institucional da Prefeitura de Ulianópolis opera por meio do apagamento simbólico de sujeitos, práticas e experiências locais ao mobilizar uma estética padronizada, ancorada em repertórios visuais hegemônicos de progresso e desenvolvimento. Tal construção discursiva induz o espectador a reconhecer como “real” uma representação dissociada das vivências cotidianas da comunidade, produzindo um efeito de autenticidade sustentado por códigos imagéticos externos ao contexto sociocultural do município. Desse modo, em vez de evidenciar a pluralidade de identidades e práticas que constituem o território, a peça reforça uma narrativa homogeneizante e institucionalizada, na qual o espaço urbano é convertido em vitrine administrativa, obscurecendo os saberes, modos de vida e dinâmicas sociais que conformam a experiência local.

Ambos os casos evidenciam como a desinformação pode operar não pela mentira explícita, mas pela sedução formal e pela opacidade algorítmica, mecanismos que desafiam os filtros tradicionais de verificação e colocam em risco a pluralidade de perspectivas na criação de produtos audiovisuais.

3 Desinformação estética e performatividade algorítmica

O debate contemporâneo sobre desinformação tem se concentrado, em grande parte, na falsidade factual e em suas consequências políticas, atingindo a credibilidade de indivíduos e organizações (Carvalho; Marque Junior; Silva, 2025). Essa perspectiva, embora fundamental, revela-se insuficiente diante do avanço da inteligência artificial generativa, que reposicionou o problema para outros campos.

Para além da produção de erros factuais verificáveis, os conteúdos mediados por inteligência artificial passam a operar na constituição de efeitos de verdade sustentados pela estética, pela performance e pela capacidade de simular autenticidade. Tal dinâmica pode ser compreendida como corolário do que Bucci (2023) denomina “imaginário superindustrializado”, isto é, um regime de produção simbólica no qual as big techs capturam

e modulam o olhar social, retroalimentando continuamente circuitos de sedução, consumo e engajamento. Nesse contexto, a adesão do público não decorre prioritariamente da verificabilidade da informação, mas da eficácia sensível e afetiva das imagens e narrativas produzidas, cuja circulação intensifica a diluição das fronteiras entre representação, espetáculo e experiência social.

Nesse contexto, a distinção entre verdadeiro e falso perde centralidade, cedendo espaço para formas que parecem autênticas e para narrativas que mobilizam afetos e memórias culturais, mesmo quando descoladas da experiência social concreta (Baudrillard, 1991).

Essa modalidade de desinformação manifesta-se pela capacidade da IA de simular espontaneidade, imprevisto e emoção, criando uma camada de verossimilhança que sustenta a adesão do público (Chesney; Citron, 2019). O problema não é apenas a ausência de transparência, mas a força simbólica da forma, que confere legitimidade a narrativas produzidas integralmente por algoritmos. O espectador, ao reconhecer códigos familiares (uma fala de auditório, uma trilha sonora dramática, um cenário junino), tende a atribuir autenticidade ao conteúdo, independentemente de sua origem. Como argumenta Hall (2003) na sua teoria da codificação/decodificação, a recepção mobiliza repertórios culturais compartilhados que precedem a verificação racional do enunciado. A confiança não ocupa mais o mesmo lugar: já não é a verificação factual que assegura credibilidade, mas o reconhecimento estético de signos compartilhados.

É nesse ponto que propomos compreender a desinformação mediada por IA como performatividade algorítmica (Lemos; Pastor, 2018). Um conceito que permite compreender os algoritmos não apenas como organizadores ou espelhos de práticas sociais, mas como atores na produção dessas ações, moldando comportamentos, percepções e possibilidades de conduta. Nesse sentido, um dos principais modos de controle que os gestores das plataformas detêm sobre seus usuários ocorre pela modulação de alternativas e caminhos de interação que desenvolvem em seus programas (Silva, 2025). Não há que se falar em neutralidade, visto que os algoritmos são programados por grandes corporações com interesses comerciais, que, ao mobilizar repertórios conhecidos, os simplificam em moldes genéricos e silenciam singularidades.

Byung-Chul Han (2018) descreve esse fenômeno como uma tendência contemporânea ao apagamento das diferenças por meio da lógica do liso, do transparente e do uniforme, características que favorecem a circulação fluida de imagens e mercadorias no capitalismo digital. Nesse contexto, a forma deixa de operar apenas como suporte da mensagem para converter-se ela própria em conteúdo e mecanismo de legitimação simbólica. A estética, ao

performar autenticidade e inteligibilidade imediata, reorganiza percepções coletivas e condiciona modos de reconhecimento do real, produzindo regimes de visibilidade nos quais a adesão afetiva frequentemente se sobrepõe à mediação crítica.

Ao lidar com simulacros que não mentem, porém seduzem, a checagem não encontra “erros” a corrigir. A opacidade desloca-se do plano informacional para o plano simbólico (Bucci, 2023): não se trata de corrigir dados equivocados, mas de interrogar quem produz, quais repertórios são acionados e quais vozes são silenciadas. O risco da desinformação por simulação não está na manipulação direta de fatos, contudo na automatização da sensibilidade coletiva, isto é, na capacidade de algoritmos moldarem afetos, expectativas e identidades sem que esse processo seja explicitado.

Compreender a desinformação como performatividade algorítmica significa, portanto, reconhecer que a IA redefine os modos de produção e recepção simbólica. A disputa informacional passa a envolver o confronto entre experiência vivida e hiperestetização automatizada (Han, 2018). Esse deslocamento é central para a análise dos casos a seguir, em que tanto a paródia humorística quanto a comunicação institucional operam pela estética da simulação, instaurando efeitos de verdade sem precisar recorrer à falsificação explícita.

4 Metodologia

Este artigo adota uma abordagem qualitativa com foco na análise de sentidos produzidos por conteúdos audiovisuais gerados por inteligência artificial (IA) em contextos de comunicação. O corpus é composto por dois vídeos amplamente divulgados em 2025:

- a) a personagem Marisa Maiô, criada por Raony Phillips com a ferramenta Veo 2 (Google);
- b) o vídeo institucional do “Circuito Cultural de São João de Ulianópolis (PA)”, publicado pela prefeitura de Ulianópolis-PA.

A seleção baseou-se na ampla circulação digital e na articulação com repertórios culturais populares brasileiros. A análise seguiu a proposta de Análise de Conteúdo de Saldanha (2016), com ênfase na codificação qualitativa em cinco etapas: pré-codificação, primeiro ciclo, ciclo intermediário, categorização e interpretação.

Na etapa de leituras exploratórias, foram registradas anotações preliminares sobre elementos recorrentes nos dois vídeos. Em Marisa Maiô, destacaram-se a padronização estética das imagens (cortes bruscos, cenários artificiais, paleta cromática homogênea), a ausência de territorialidade (cenários genéricos, sem marcas culturais regionais ou sociais específicas) e a

simulação de oralidade (uso de frases curtas, expressões coloquiais e entonações artificiais que imitam a fala espontânea). Já em Ulianópolis, as anotações enfatizaram a estética polida e repetitiva dos personagens, a homogeneidade das vestimentas juninas e a ausência de improviso ou sotaque regional, substituídos por uma neutralidade vocal padronizada.

No primeiro ciclo de codificação, aplicaram-se códigos descritivos e *in vivo*, conforme orienta Saldanha (2016). Entre os códigos descritivos, surgiram marcações como “ausência de sotaque”, “cenário genérico”, “fala roteirizada” e “estética publicitária”. Já a codificação *in vivo*, que preserva expressões do próprio material, resultou em registros como “*gente, agora a gente vai falar com a Juliana*” (Marisa Maiô), marcados como simulação de espontaneidade, ou “*prefeitura de Ulianópolis: uma cidade de todos*” (vídeo institucional), interpretado como tentativa de universalização identitária. Esses códigos foram organizados em mapas de registro para posterior refinamento.

No ciclo intermediário, os códigos foram progressivamente agrupados e refinados em categorias analíticas mais amplas, como “apagamento cultural”, “simulação da espontaneidade”, “invisibilização do trabalho humano” e “padronização estética”. A articulação entre os códigos deu origem a sentidos mais densos, permitindo observar como a IA contribui para processos de desinformação não pela falsificação factual, mas por meio de apagamentos simbólicos e da reprodução de estéticas homogêneas que fragilizam o vínculo cultural e territorial dos conteúdos.

As categorias analíticas identificadas, a saber: apagamento cultural, simulação da espontaneidade, invisibilização do trabalho humano e padronização estética são destacadas ao longo do texto em **negrito**, de modo a facilitar a visualização da codificação interpretativa e sua relação direta com os sentidos construídos a partir do corpus. Essa estratégia busca assegurar rigor e transparência, permitindo que os critérios de análise sejam verificáveis e comparáveis. Além disso, a escolha pela análise qualitativa reconhece tanto os limites quanto a potência do método. Embora não permita generalizações estatísticas, a análise qualitativa possibilita compreender em profundidade os sentidos sociais e culturais implicados nos processos de simulação algorítmica, assegurando validade interpretativa e relevância crítica para o campo da comunicação, especialmente no debate contemporâneo sobre desinformação e automação simbólica.

5 Marisa Maiô: simulação, afetos e comunicação algorítmica

Ele me traiu [...] eu só queria que alguém me dissesse que é mentira. É mentira! Vai, plateia, diz que é mentira!”
Olha, hoje nós tá aqui com a médica. Médica, qual é o segredo pra não ter mais espinha? – É só parar de ter. – Obrigada! Gente, essa foi a inútil da médica.
Bom dia, gente! A gente tá aqui com essas lindas mães e, daqui a pouco, uma delas vai ter que entregar um bebê pra adoção contra a própria vontade. É daqui a pouquinho, depois do comercial.
Gente, agora a gente vai falar com a Juliana, nossa repórter, que tá nas ruas hoje. Juliana, aonde cê tá? – Oi, e aí! Eu tô aqui nas ruas, gente!
Oi, a gente tá aqui com um médico. Doutor, o que acontece depois que a gente morre? – Não sei, ainda não morri! Gente, alguém me dá o meu chinelo pra eu acertar no rosto desse médico.
Chegou a hora da uma surpresinha. Tá ansiosa, querida? – Tô muito. Quando eu falar ‘já’, você encosta com força e sem cuidado algum.
Senhora, a senhora vende alguma coisa? – Vendo não, minha menina. – A senhora tinha que começar a vender. – Então agora eu vou começar a vender, minha menina. Isso. Agora levanta pra eu sentar! Desgraçada! (Phillips, 2025).

Marisa Maiô viralizou no Instagram em três de junho de 2025, alcançando 1,6 milhão de visualizações, 128 mil curtidas, 3.846 comentários e 80,9 mil compartilhamentos até dezesseis de junho do mesmo ano. Criada por Raony Phillips (2025) (@raonyp) com a ferramenta de IA generativa Veo 2 (Google), a personagem condensa os códigos do sensacionalismo televisivo em vídeos de até oito segundos, inspirando-se em programas como *Casos de Família* e *João Kleber*. Vestida com maiô preto e salto alto, Marisa interage com a plateia, repórteres e convidados inteiramente gerados por IA, em cenários que simulam auditórios e ruas, compondo uma estética de autenticidade emocional por meio de trilhas sonoras exageradas, cortes bruscos e reações dramatizadas.

O impacto da proposta foi imediato: mais de 2,3 milhões de visualizações no Instagram (Meio & Mensagem, 2025), parcerias com marcas como Magazine Luiza (Nunes, 2025) e um fluxo intenso de comentários que oscilaram entre o fascínio técnico e o humor crítico. Essa recepção ambígua confirma o caráter híbrido de Marisa Maiô, que se move entre entretenimento e provocação conceitual. O caso expõe tanto o potencial criativo da IA no audiovisual quanto seus riscos: ao substituir o improviso humano por simulações precisas, levanta questões de autoria, autenticidade e desumanização do processo criativo. Quando roteiro, direção e edição são automatizados quem fala na cena? A pergunta é central para pensar a dissolução

das fronteiras entre experiência humana e performance algorítmica e aponta para a necessidade de debates sobre transparência, regulação e ética, de modo a assegurar pluralidade e preservar a dimensão humana da comunicação.

As falas da personagem evidenciam o tom paródico e exagerado, reforçando uma lógica midiática já conhecida, marcada por situações-limite e emoções extremas como forma de entretenimento. Nesse sentido, Marisa Maiô constitui uma **simulação da espontaneidade**: falas, risos, improvisos, gestos, corpos e reações que parecem naturais, mas que são integralmente fabricados pela IA. O conteúdo não apenas parodia os códigos da televisão aberta, porém os reproduz de forma algorítmica, criando um efeito de familiaridade que borra a distinção entre realismo e artificialidade. Trata-se de um simulacro que mobiliza a memória televisiva coletiva para instaurar uma **verdade emocional**, cuja força está menos na informação transmitida e mais no impacto afetivo que produz.

As imagens divulgadas nas redes sociais evidenciam essa operação estética. Em uma cena, Marisa aparece em uma poltrona branca ao lado de um convidado, em um cenário típico de talk show, com uma plateia digital engajada. Em outra, uma “repórter” loira segura um microfone com logotipo fictício em uma rua desfocada, simulando uma entrada ao vivo. Esses detalhes mostram como a IA cria corpos, ambientes e gestos que reforçam a autenticidade visual, mesmo quando a base é inteiramente artificial. A ironia, a sexualização e o exagero, elementos constantes nos diálogos, funcionam como dispositivos de engajamento, ampliando a circulação e a adesão cultural ao produto.

Assim, o vídeo não apenas diverte, mas participa de uma lógica de **padronização estética**, em que signos culturais complexos são reduzidos a fórmulas replicáveis. O improviso humano, com suas nuances, dá lugar à repetição algorítmica, configurando um processo de **apagamento cultural** que transforma práticas populares em estereótipos estilizados. A desinformação, nesse caso, não está na mentira deliberada, mas na forma como o simulacro se apresenta como real e se estabiliza na recepção como referência de autenticidade. Marisa Maiô, portanto, deve ser entendida como exemplo paradigmático da automação simbólica: um produto que ativa memórias coletivas, mas esvazia sua densidade social, operando como espetáculo algorítmico que confunde experiência vivida e hiperestetização automatizada.

Figura 1 - Captura de tela 1: frame do “Programa Marisa Maiô”, produzido por inteligência artificial generativa (Veo 2) e divulgado nas redes sociais em 2025.



Fonte: Elaborada pelos autores.

Figura 2 - Captura de tela 2: frame do “Programa Marisa Maiô”, produzido por meio de inteligência artificial generativa (Veo 2) e divulgado nas redes sociais em 2025.



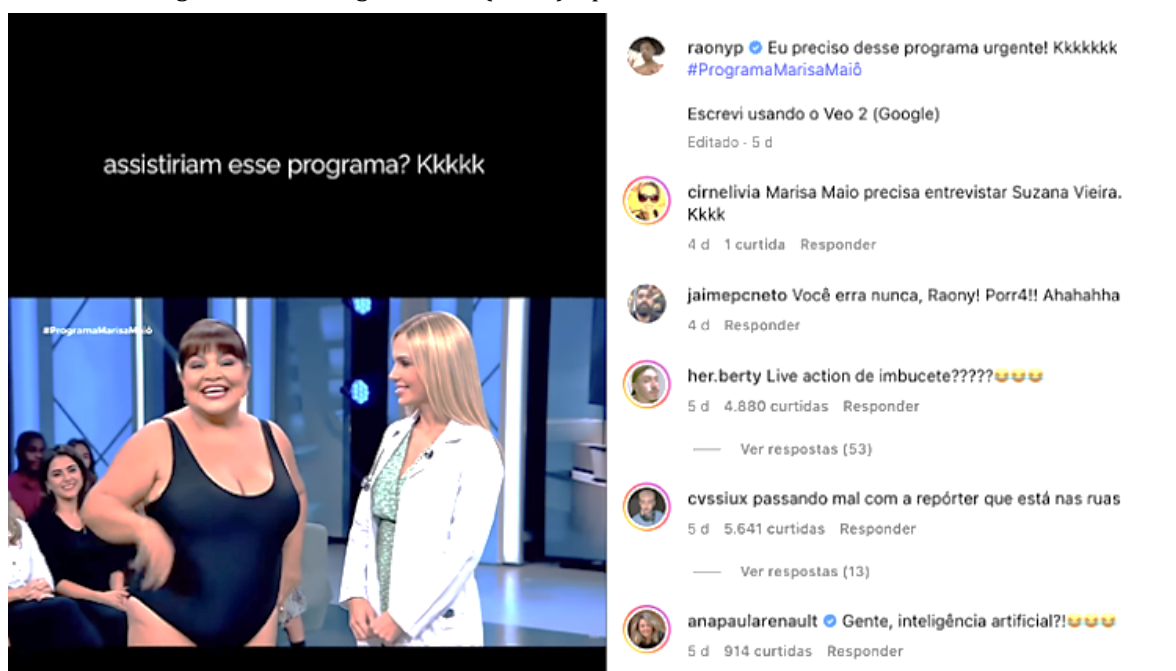
Fonte: Elaborada pelos autores.

Figura 3 - Captura de tela 3: frame do “Programa Marisa Maiô”, produzido por inteligência artificial generativa (Veo 2) e divulgado nas redes sociais em 2025.



Fonte: Elaborada pelos autores.

Figura 4 - Captura de tela 4: registro de um frame do “Programa Marisa Maiô”, produzido com inteligência artificial generativa (Veo 2) e publicado nas redes sociais em 2025.



Fonte: Elaborada pelos autores.

6 São João de Ulianópolis

- E aí, meu povo, prepara o coração, que o nosso Circuito Cultural tá chegando.
- Fica ligado que já começa dia 27, com o concurso interestadual de quadrilha.
- Dia 28, a pergunta que não quer calar: quem será a nossa rainha da cavalgada?
- Dia 29 é o nosso dia, pessoal. Prepara a comitiva que, de manhã, tem cavalgada. Chama!
- E as atrações, mana, cadê? Calma, mulher, relaxa que a prefeitura vai soltar tudo no Instagram logo, logo.
- E aí, meu bem, gostou? Esse é o nosso Circuito Cultural. Prefeitura de Ulianópolis: uma cidade de todos (Ulianópolis, 2025).

Em 29 de maio de 2025, a Prefeitura de Ulianópolis (PA) publicou em seus perfis oficiais do Instagram um vídeo promocional do *Circuito Cultural de São João*, inteiramente produzido por inteligência artificial generativa. Com 187 mil visualizações e ampla repercussão, a peça apresentou personagens fictícios, cenários artificiais e elementos juninos (bandeirolas, roupas típicas e expressões faciais), todos criados por IA, inclusive a locução. O material buscava representar a festa popular local em formato vibrante, mas foi recebido de forma ambígua: enquanto parte do público elogiou a inovação tecnológica, outra parcela criticou o distanciamento em relação às referências culturais da região e a exclusão de profissionais locais do processo de produção.

Apesar da aparência alegre e colorida da peça, a análise evidencia marcas de artificialidade que também revelam a lógica de uma **uniformização imagética**. O brilho excessivo, a simetria de cenários e a neutralidade das expressões corporais substituem singularidades regionais por signos visuais homogêneos, gerando um espetáculo replicável e genérico. Nesse processo, o improviso, os sotaques e as marcas territoriais que caracterizam a festa junina são substituídos por simulações que esvaziam a densidade simbólica do evento. A festa, em vez de ser comunicada como expressão de memória coletiva, é estilizada como produto midiático, operando uma clara descaracterização de elementos da cultura local.

Entre os comentários nas redes, destacava-se a ausência de remuneração a artistas e comunicadores locais, apontando para a **invisibilização do trabalho humano**. Essa substituição não apenas fragiliza economias criativas regionais, mas também compromete o direito da comunidade de se reconhecer na produção simbólica que deveria representá-la. A escolha pela automação, nesse caso, não é neutra: ao priorizar eficiência e estética polida, a gestão municipal opta por um discurso que reforça a distância entre poder institucional e práticas culturais vividas, produzindo deslegitimação simbólica.

O caso de Ulianópolis, portanto, extrapola o debate sobre inovação tecnológica. Ele mostra como a IA pode induzir **desinformação institucional**, quando simulações estetizadas são apresentadas como representações legítimas da comunidade sem qualquer transparência sobre seu caráter automatizado. A ausência de rotulagem não é detalhe técnico, mas estratégia discursiva que mascara a artificialidade e reforça a opacidade algorítmica. Nessa operação, a festa junina é convertida em simulacro: um espetáculo que preserva a superfície visual dos signos, mas rompe com os vínculos históricos e afetivos que sustentam sua existência social.

Esse episódio evidencia que a desinformação, no âmbito da comunicação pública, não precisa recorrer à falsificação de dados para produzir efeitos nocivos. Ela pode operar pela **sedução da forma**, oferecendo ao público uma estética convincente que encobre silenciamentos e exclusões. Mais do que rejeitar o uso da IA, o caso convida a refletir criticamente sobre seus usos e a estabelecer limites éticos para sua aplicação. Valorizar pessoas, memórias e vínculos territoriais não é apenas uma questão cultural, mas um imperativo democrático. A comunicação institucional que abdica desses elementos enfraquece a pluralidade simbólica e compromete o direito coletivo à representação autêntica.

Figura 5 - Captura de tela 5: Frames do vídeo promocional do São João de Ulianópolis (2025), produzido por inteligência artificial generativa e divulgado nos perfis oficiais da prefeitura



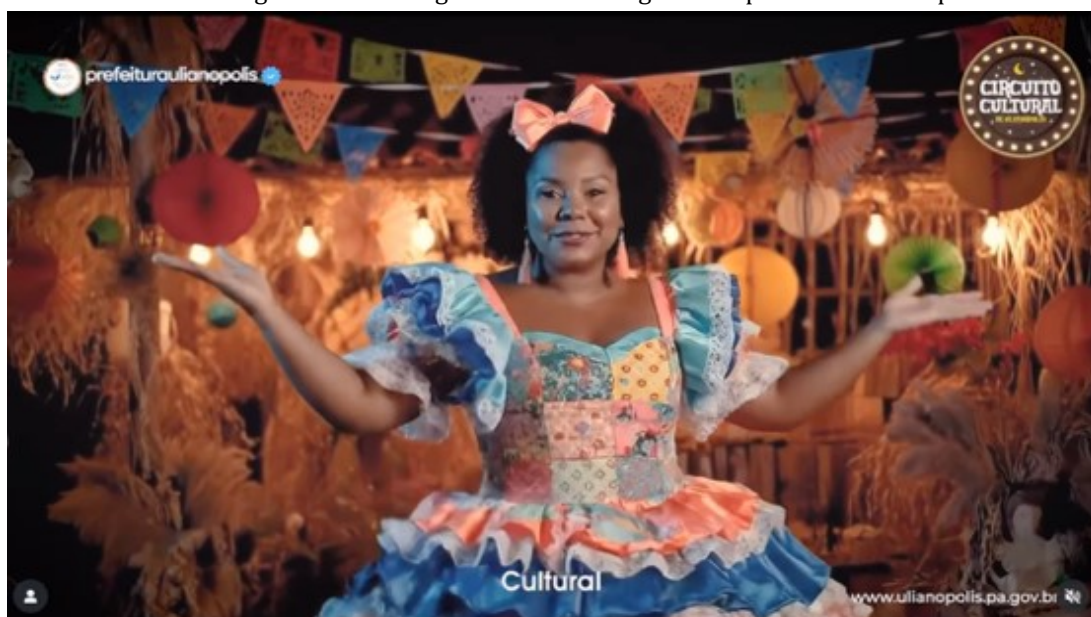
Fonte: Elaborada pelos autores.

Figura 6 - Captura de tela 6: registros de frames do vídeo de divulgação do São João de Ulianópolis, produzido por inteligência artificial generativa e publicado nos perfis oficiais da prefeitura



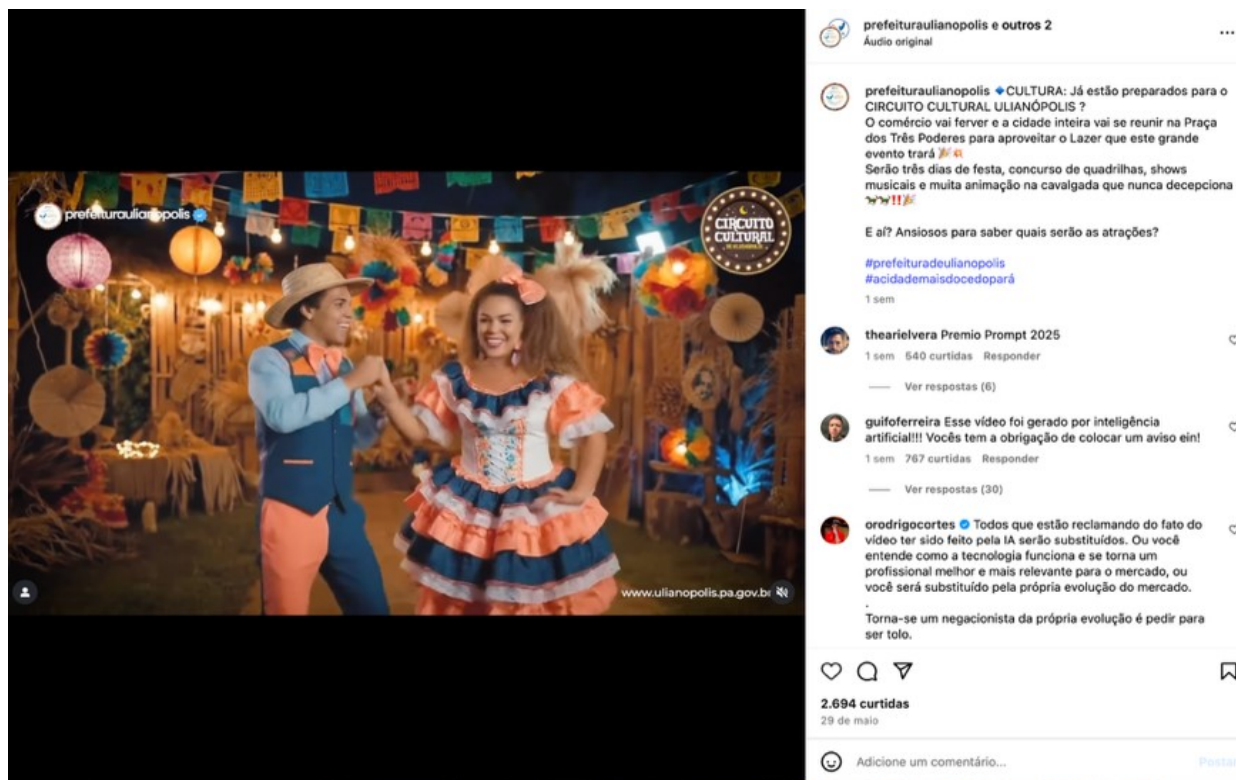
Fonte: Elaborada pelos autores.

Figura 7 - Captura de tela 7: frames extraídos do vídeo promocional do São João de Ulianópolis, desenvolvido com inteligência artificial generativa e divulgado nos perfis oficiais da prefeitura



Fonte: Elaborada pelos autores.

Figura 8 - Captura de tela 8: registros do vídeo promocional do São João de Ulianópolis, produzido a partir de inteligência artificial generativa e compartilhado nos perfis oficiais da prefeitura



Fonte: Elaborada pelos autores.

7 Inteligência artificial e desinformação entre simulacros e narrativas

A inteligência artificial generativa opera, simultaneamente, como engrenagem técnica e vetor discursivo, reorganizando debates sobre verdade, sensibilidade e pertencimento. Os dois casos analisados indicam um deslocamento conceitual: a desinformação passa a operar por **simulações hiper-realistas**, esteticamente sedutoras e afetivamente engajadoras. Propomos, aqui, a noção de **desinformação estética**: narrativas que, mesmo sem mentir, produzem efeitos de verdade por meio de forma, ritmo e afeto, deslocando a avaliação pública do “o que é dito” para “como é sentido”.

O caso São João de Ulianópolis exemplifica a face institucional do problema. Ao substituir sujeitos e ofícios locais por personagens e cenários sintéticos, a peça promove invisibilização da força laboral e silenciamento cultural, configurando uma faceta do colonialismo de dados, uma atualização do colonialismo histórico que se apropria da vida humana de forma que se possa extrair continuamente dados visando ao lucro (Couldry, 2020).

Somem sotaques, improvisos, traços territoriais e memórias comunitárias, substituídos por padronização estética (brilho excessivo, simetria de cenários, figurinos genéricos). A consequência é uma representação “sem sujeitos”, em que o vínculo social que dá sentido à festa é esvaziado. Quando essa simulação circula como comunicação oficial, emerge a desinformação institucional: a ausência de rotulagem clara induz interpretação de autenticidade e legitima como “real” um produto desancorado da experiência coletiva.

Comparando os casos, observam-se convergências e contrastes. Convergem na lógica de forma sobre conteúdo: a adesão nasce da performance de autenticidade (Marisa) e da estética institucional “polida” (Ulianópolis). Divergem quanto ao regime de enunciação: entretenimento paródico no primeiro; representação oficial no segundo. Em Marisa, a simulação captura atenção e estabiliza uma leitura afetiva de “verdade”; em Ulianópolis, ela deslegitima a comunidade ao apresentar um território estilizado que ocupa o lugar do vivido. Em ambos, a IA atua como mediadora simbólica que remodela a percepção pública sem, necessariamente, introduzir falsidades verificáveis.

Daqui derivam implicações epistemológicas e políticas. No plano epistemológico, os mecanismos tradicionais de verificação e checagem perdem capacidade de mediação diante de conteúdos cuja eficácia não depende prioritariamente da factualidade, mas da coerência estética e da performance de autenticidade: dizer “é IA” não equivale a dizer “é falso”, pois a eficácia persiste no excesso de forma. Politicamente, a estetização homogênea empobrece o espaço público: cria-se um déficit de mediação cultural, no qual a pluralidade de vozes é comprimida por templates algorítmicos. Esse quadro ajuda a explicar porque alertas recentes sobre riscos informacionais ganham relevo: não apenas pelo conteúdo enganoso, mas pela capacidade da forma automatizada de estilizar a realidade e normalizar simulacros como referência social.

Com base nas categorias analíticas construídas (*simulação da espontaneidade, padronização estética, apagamento cultural, invisibilização do trabalho humano*), propomos cinco proposições analíticas para leituras futuras de IA em comunicação pública e popular:

- a) atenção precede verificação - quanto maior a eficácia afetiva e formal, menor a demanda por lastro factual imediato;
- b) autenticidade performada substitui autenticidade vivida - verossimilhança estética reconfigura critérios de credibilidade;
- c) institucionalidade intensifica efeitos - quando o simulacro se veste de “oficial”, converte-se em parâmetro de identidade coletiva;

- d) template algorítmico empobrece diferença - repetição de soluções visuais e sonoras, gera homogeneização cultural;
- e) desinformação desloca-se do erro para a forma - o eixo crítico migra do “o que é dito” para “como foi produzido, por quem e com quais ausências”.

Essas proposições sugerem uma mudança de foco na crítica. Mais do que perseguir inconsistências pontuais, importa interrogar modos de produção e circulação: quem fala (e quem é silenciado), de onde, por quais meios e com que finalidade? No caso de Ulianópolis, a ausência de transparência sobre o uso de IA não é um detalhe técnico, mas uma opção discursiva que reconfigura pertencimentos; no de Marisa, a paródia automatizada mostra como a verdade emocional pode estabilizar leituras acríticas quando o humor é acoplado a repertórios de longa duração.

Diante desse cenário, respostas estritamente técnicas, como checagens tardias ou mecanismos automatizados de detecção, mostram-se insuficientes para enfrentar os efeitos produzidos pela desinformação estética. O que se impõe é a construção de um horizonte de mediação cultural e política capaz de intervir não apenas sobre a circulação da informação, mas também sobre os regimes de visibilidade e reconhecimento que estruturam a experiência comunicacional contemporânea. Nesse sentido, tornam-se fundamentais medidas como a rotulagem explícita de conteúdos gerados por inteligência artificial, a incorporação de atores e repertórios locais em peças institucionais e a formulação de protocolos editoriais que considerem não apenas o risco informacional, mas igualmente o risco simbólico decorrente do apagamento de sujeitos, memórias e territorialidades.

Em síntese, enfrentar a desinformação estética implica recolocar pessoas, experiências e territórios no centro das práticas comunicacionais, não com o objetivo de rejeitar a tecnologia, mas de submetê-la a princípios de responsabilidade pública, pluralidade representacional e direito à comunicação.

8 Considerações finais

Os casos analisados demonstram que a inteligência artificial generativa reconfigura um dos conceitos de desinformação, deslocando-o da falsidade factual para a esfera da simulação estética e afetiva. Em Marisa Maiô, observou-se como a paródia automatizada produz uma “verdade emocional” capaz de estabilizar sentidos pela ativação de repertórios culturais, enquanto em *Ulianópolis* a comunicação institucional gerada por IA reforça a padronização estética e o

apagamento cultural (Couldry, 2020), apresentando como autêntico um produto desvinculado da memória coletiva. Em ambos, a desinformação não opera pela mentira, mas pela eficácia da forma, pela naturalização do simulacro (Baudrillard, 1991) e pela invisibilização dos sujeitos que dão densidade à experiência social.

A tese central deste estudo é que a desinformação na era da IA generativa não se restringe à veiculação de informações falsas: ela emerge também quando a IA produz conteúdos que parecem reais, mas que constituem simulações de práticas culturais. Os algoritmos não apenas reproduzem mensagens; eles produzem sentidos que reorganizam modos de perceber, lembrar e habitar o mundo (Rouvroy; Berns, 2015). Por essa razão, a desinformação por simulação afeta a cultura, a memória e a percepção da realidade. Nesse cenário, a IA assume o estatuto de mediadora simbólica, com implicações diretas para a ética e a política da comunicação.

Ao trazer esse deslocamento, o artigo também aponta limites importantes. Apesar disso, não se pretendeu mapear exaustivamente o uso da IA na comunicação, mas analisar dois casos paradigmáticos capazes de iluminar tendências mais amplas. A escolha do corpus restringe-se ao Brasil e a 2025, o que delimita o escopo empírico. Ainda assim, o material analisado busca demonstrar que os desafios não são pontuais, mas estruturais, e exigem aprofundamento em outras pesquisas que relacionem desinformação estética, circulação algorítmica e efeitos de recepção.

As implicações dessa redefinição são múltiplas. Do ponto de vista da comunicação institucional, torna-se urgente estabelecer protocolos de transparência e rotulagem no uso de IA, sob pena de se corroer a confiança pública em mensagens oficiais. No campo cultural, a automação simbólica ameaça a diversidade ao silenciar vozes locais e substituir saberes tradicionais por estéticas genéricas. Em termos analíticos, a checagem factual mostra-se insuficiente diante de conteúdos que não mentem, mas seduzem pela forma, exigindo metodologias críticas capazes de interrogar não apenas o “que é dito”, mas também o “como é produzido” e “quem é silenciado” no processo.

Em síntese, este artigo evidencia que a desinformação na era da IA deve ser entendida como disputa estética e política em torno da produção de sentidos. A resposta, portanto, não é rejeitar a tecnologia, mas governar seus usos de maneira ética, garantindo que pessoas, memórias e territórios permaneçam no centro da comunicação. A defesa do direito à comunicação crítica e plural, nesse contexto, exige políticas públicas, práticas comunicacionais e iniciativas culturais que enfrentem a opacidade algorítmica e restituam a mediação humana como fundamento da vida democrática.

Referências

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BUCCI, E. **A superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

CANAVILHAS, J. *et al.* Inteligência artificial (IA): interfaces entre comunicação, tecnologia e sociedade. **Asas da Palavra**, Belém, v. 21, n. 1, p. 1-5, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.63638/asas.v21i1.3379>. Acesso em: 21 jun. 2025.

CHESNEY, R.; CITRON, D. Deep fakes: a looming challenge for privacy, democracy, and national security. **California Law Review**, Berkeley, v. 107, n. 6, p. 1753-1820, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.15779/Z38RV0D15J>. Acesso em: 21 jun. 2025.

COULDRY, N. Colonialismo de dados e esvaziamento da vida social antes e pós pandemia de Covid-19. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL INSTITUTO HUMANITAS UNISINOS, 19., 2020, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: IHU, 2020.

CARVALHO, I. F.; MARQUE JUNIOR, A. C.; SILVA, M. R. Liberdade de expressão e fake news: consequências irreparáveis da desinformação? In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PROCESSO COLETIVO E CIDADANIA, 13., 2025, Ribeirão Preto. **Anais [...]**. Ribeirão Preto: Unaerp, 2025. p. 12-29.

FLORIDI, L.; CHIRIATTI, M. **GPT-3**: its nature, scope, limits, and consequences. **Minds and Machines**, Dordrecht, v. 30, p. 681-694, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11023-020-09548-1>. Acesso em: 21 jun. 2025.

GOODFELLOW, I. *et al.* Generative adversarial nets. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON NEURAL INFORMATION PROCESSING SYSTEMS, 27., 2014, Montreal. **Proceedings [...]**. Montreal: Curran Associates, 2014. p. 2672-2680.

HALL, S. Codificação/Decodificação. In: HALL, S. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2003. p. 387-404.

HAN, B.-C. **A salvação do belo**. Petrópolis: Vozes, 2018.

IOSCOTE, F. Inteligência artificial no jornalismo: uma década de pesquisas em panorama. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 19, n. 2, p. 388-413, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n2.2023.1614>. Acesso em: 21 jun. 2025.

LEMONS, A.; PASTOR, L. Performatividade algorítmica e experiências fotográficas: uma perspectiva não-antropocêntrica sobre as práticas comunicacionais nos ambientes digitais. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 12, n. 3, p. 147-166, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.34019/19814070.2018.v12.21562>. Acesso em: 21 jun. 2025.

MANOVICH, L. **AI aesthetics**. Moscow: Strelka Press, 2018.

MEIO & MENSAGEM. Marisa Maiô estrela campanha de Dia dos Namorados do Magalu. **Meio & Mensagem**, [s. l.], 9 jun. 2025.

NUNES, A. C. Marisa Maiô: quem é e quem criou a personagem feita por IA que conquistou a internet. **IstoÉ Dinheiro**, São Paulo, 9 jun. 2025.

PHILLIPS, R. [Post sobre o “Programa Marisa Maiô”, produzido com o Veo 2 (Google)]. [S. l.: s.n.], 3 jun. 2025. Instagram: @raonyp.

RAMOS, M. C. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In: MELO, J. M.; SATHLER, L. (org.). **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo: Ed. da Umesp, 2005. p. 245-253.

ROUVROY, A.; BERNS, T. Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação? **Revista ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 36-56, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v18i2.2645>. Acesso em: 21 jun. 2025.

SAAD, E. *et al.* Comunicação digital e novas mídias institucionais. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2021. p. 317-336.

SALDANHA, G. **Codificação qualitativa em pesquisa: fundamentos, práticas e reflexões**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2016.

SANTOS, Z.; SANT’ANA, C. As percepções de estudantes quanto ao uso de Inteligência Artificial na escrita acadêmica. **Com a Palavra, o Professor**, Vitória da Conquista, v. 9, n. 25, p. 195-212, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.22481/cpp.v9i25.17439>. Acesso em: 21 jun. 2025

SILVA, A. V. **Recordar ou capturar?: o controle algorítmico em álbuns digitais do Google fotos**. São Cristóvão: Ed. da UFS, 2025.

ULIANÓPOLIS. Prefeitura Municipal. [Descrição do conteúdo do post]. Ulianópolis: Prefeitura Municipal, 2025. Instagram: @prefeituraulianopolis.

WARDLE, C. **Understanding information disorder**. New York: First Draft, 2019.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

Disinformation through simulation: generative artificial intelligence and the fabrication of reality in the cases of Marisa Maiô and the São João de Ulianópolis festival

Abstract

This article analyzes how generative artificial intelligence can disseminate disinformation by simulating authenticity in audiovisual content. The study examines two cases from 2025: the video of the virtual character *Marisa Maiô* and the São João campaign promoted by the Municipality of Ulianópolis, Pará, both widely circulated on social media. The research adopts a qualitative approach, based on content analysis, in order to understand how automated narratives reshape debates on truth, belonging, and sensibility. The results show that, even without spreading falsehoods, such content reinforces standardized aesthetics, renders local subjects invisible, and confuses public perception. The study concludes that there is an urgent need for a communicational critique focused on cultural mediation and ethical responsibility in the face of symbolic automation.

Keywords

generative artificial intelligence; disinformation; public communication; algorithmic simulation; content analysis

Declaração de disponibilidade de dados

Todo o conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

Declaração de autoria e responsabilidade

Concepção e elaboração do estudo: Danilo Borges e Silva de Araújo

Coleta de dados: Danilo Borges e Silva de Araújo

Análise e interpretação de dados: Danilo Borges e Silva de Araújo, Giovana Borges Mesquita

Redação: Danilo Borges e Silva de Araújo, Giovana Borges Mesquita, Amanda Valéria Silva

Revisão crítica do manuscrito: Danilo Borges e Silva de Araújo, Giovana Borges Mesquita, Amanda Valéria Silva

Autoria para correspondência

Danilo Araújo

dbsadanilo@gmail.com

Como citar

ARAÚJO, Danilo; MESQUITA, Giovana; SILVA, Amanda. Desinformação por simulação: a inteligência artificial generativa e a fabricação da realidade nos casos de Marisa Maiô e do São João de Ulianópolis. **Intexto**, Porto Alegre, n. 58, e-150386, 2026. DOI: <https://doi.org/10.22456/1807-8583.150386>

Recebido: 23/09/2025

Aceito: 12/05/2026

Copyright (c) 2026 Danilo Araújo, Giovana Mesquita, Amanda Silva. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

