

“AI slop” e o conteúdo sintético predatório no contexto da inteligência artificial generativa¹

Samyr Paz²
Universidade Feevale

Resumo

Este trabalho explora a expressão “AI slop” no contexto da inteligência artificial generativa. Objetiva-se definir “AI slop”, identificar suas origens e características. Por meio de pesquisa bibliográfica e documental, argumenta-se que a análise desse termo contribui para uma compreensão mais ampla do ecossistema digital contemporâneo. Semelhante ao spam, conteúdos sintéticos de baixa qualidade abusam das vulnerabilidades da infraestrutura tecnológica para explorar focos de atenção humanos.

Palavras-chave: inteligência artificial generativa; ai slop; conteúdo sintético; spam.

O que é “AI slop”?

No processo histórico de imbricação da internet na vida social, emergem terminologias que designam fenômenos decorrentes das relações sociotécnicas. Expressões como “fake news”, “cancelamento”, “viralizar”, “influenciador(a)” e “youtuber” ilustram parte do léxico da cultura digital. Neste trabalho, explora-se o termo “AI slop”, que surge no contexto da inteligência artificial generativa. Objetiva-se definir AI slop, identificar suas origens e características. Por meio de pesquisa bibliográfica e documental, argumenta-se que a análise desse termo contribui para uma compreensão mais ampla do ecossistema digital contemporâneo.

A inteligência artificial generativa (IAG) pode ser definida como uma tecnologia computacional pré-treinada em extensas bases de dados provenientes da web (ocidental), capaz de gerar conteúdos sintéticos. Em outras palavras, ela produz textos, áudios, imagens e vídeos de acordo com os padrões e características dos dados originais utilizados em seu treinamento. A natureza multifuncional dessa tecnologia requer a prescrição de tarefas, função exercida pela técnica de prompt — um comando inserido pelo usuário. Embora a linguagem formal, fundamentada na lógica da programação, favoreça a geração de conteúdos sintéticos mais sofisticados, a linguagem natural vem sendo a forma

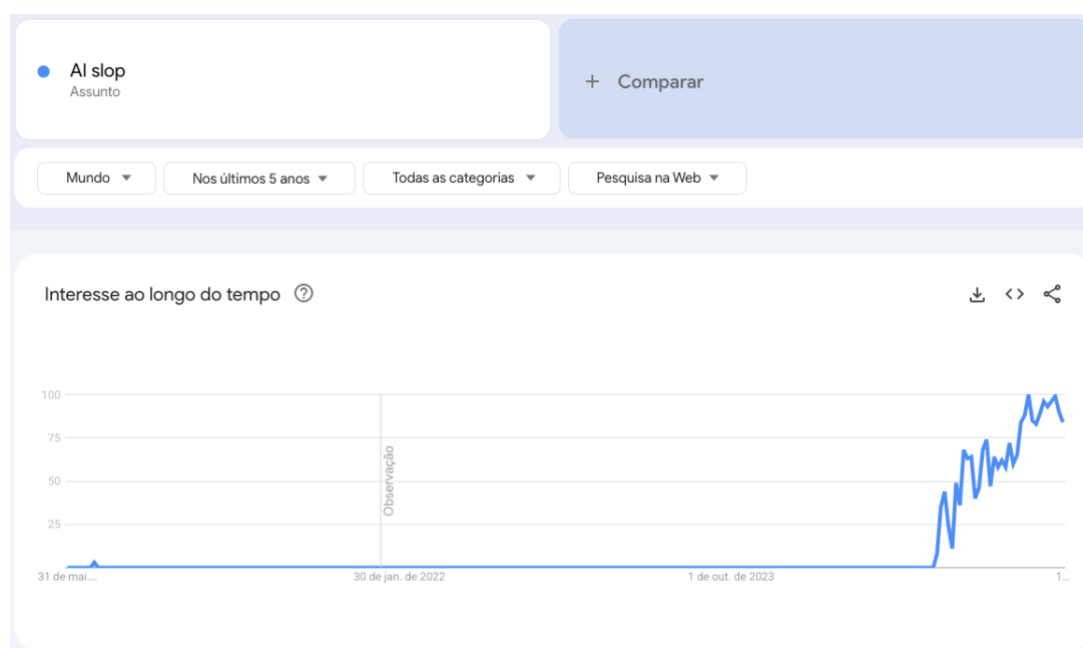
¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação e Informação (UFRGS), professor do curso de Relações Públicas da Universidade Feevale. E-mail: samyrpaz@gmail.com.

predominante de interação com os modelos de IAG (Burkhardt; Rieder, 2024). Isso significa que a IAG torna a produção de conteúdos mais acessível. Em parte, foi essa facilidade de uso que impulsionou a ascensão do ChatGPT, que atingiu a marca de 100 milhões de usuários em apenas dois meses após o seu lançamento³.

Como consequência da crescente popularidade da IAG, a circulação de conteúdos sintéticos nos ambientes digitais tem se tornado cada vez mais abundante, incluindo produções cuja qualidade pode ser questionada. AI slop é um termo que emerge nesse contexto para se referir a conteúdos sintéticos considerados de baixa qualidade. Ainda que não se saiba qual a sua origem, supõe-se que a expressão tenha surgido em fóruns anônimos da web (Hoffman, 2024). Aos poucos, o termo ganhou relevância e foi incorporado ao vocabulário de artistas, jornalistas e criadores de conteúdo, como demonstra o aumento do interesse pela expressão registrado no Google Trends (Fig. 1):

Figura 1 - Interesse em “AI slop”



Fonte: Google Trends. Disponível em: trends.google.com. Acesso em 10 jun. 2025.

³ Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2023/feb/02/chatgpt-100-million-users-open-ai-fastest-growing-app>. Acesso em 10 jun. 2025.

Qual tipo de conteúdo é considerado “AI slop”? A lista inclui livros falsos comercializados na Amazon⁴, textos publicados no Medium⁵, resultados de busca no Google que sugerem práticas absurdas (como adicionar cola à pizza)⁶, além de imagens e vídeos que representam mãos humanas com mais de cinco dedos⁷. A disseminação desses conteúdos sintéticos tende a exacerbar os problemas de um ecossistema digital saturado pela desinformação (Recuero, 2024), intensificando a dificuldade em distinguir entre as criações humanas e aquelas produzidas por IAG (Walter, 2024). A fragilidade da moderação por parte das plataformas de mídias sociais, como é o caso do TikTok, reforça essa dificuldade (Paz; Montardo, 2024).

Embora o fenômeno do “AI slop” seja recente, suas características são semelhantes ao spam. Como demonstra Brunton (2013), o spam constitui um projeto que se vale de infraestruturas tecnológicas para capturar focos de atenção humana — recurso cognitivo limitado. O autor adiciona que os emissores de spam operam na intersecção entre as limitações da cognição humana e as capacidades dos sistemas técnicos, apropriando-se de modo predatório de ecossistemas digitais originalmente concebidos para fins comunitários. “AI slop” segue uma lógica análoga, mas com uma distinção: amplia-se a agência tecnológica, graças à acessibilidade ofertada pela IAG. Essa escalabilidade reconfigura a dinâmica de produção e disseminação de conteúdos, intensificando tanto o volume quanto a sofisticação dos artefatos digitais predatórios.

Referências

BRUNTON, Finn. *Spam: a shadow history of the Internet*. Cambridge: The MIT Press, 2013.

BURKHARDT, Sarah; RIEDER, Bernhard. Foundation models are platform models: prompting and the political economy of AI. *Big Data & Society*, v. 11, n. 2, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/20539517241247839>

HOFFMAN, Benjamin. First Came ‘Spam.’ Now, With A.I., We’ve Got ‘Slop’. *The New York Times*, Nova York, 27 jun. 2024. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2024/06/11/style/ai-search-slop.html>. Acesso em: 13 jun. 2025.

RECUERO, Raquel. *A rede da desinformação: sistemas, estruturas e dinâmicas nas plataformas de mídias sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2024.

⁴ Disponível em: <https://www.wired.com/story/scammy-ai-generated-books-flooding-amazon/>. Acesso em 10 jun 2025.

⁵ Disponível em: <https://www.wired.com/story/ai-generated-medium-posts-content-moderation/>. Acesso em 10 jun 2025.

⁶ Disponível em: <https://www.technologyreview.com/2024/05/31/1093019/why-are-googles-ai-overviews-results-so-bad/>. Acesso em 10 jun 2025.

⁷ Disponível em: <https://www.britannica.com/topic/Why-does-AI-art-screw-up-hands-and-fingers-2230501>. Acesso em 10 jun 2025.

PAZ, Samyr; MONTARDO, Sandra Portella. IA generativa como complementadora na produção de conteúdo no TikTok. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 17., 2024, Florianópolis. *Anais eletrônicos...* Florianópolis: UDESC, 2024. Disponível em: <https://abciber.org.br/eventos/ojs3/index.php/simposio/article/view/54>. Acesso em: 13 jun. 2025.

WALTER, Yoshija. Artificial influencers and the dead internet theory. *AI & SOCIETY*, v. 40, n. 1, p. 239–240, 2025. <https://link.springer.com/10.1007/s00146-023-01857-0>