Trump como Papa: Inteligência Artificial e acontecimento sintético no contexto do conclave de 2025[1]

Sofía Villagra[2]
Ivan Bomfim[3]
Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Ponta Grossa, Paraná

Resumo: Este artigo analisa a estratégia de Donald Trump para se inserir na mídia durante a morte do Papa Francisco e o início do novo conclave. O foco está em uma imagem gerada por inteligência artificial na qual o presidente aparece vestido como o sumo pontífice. A partir dos conceitos de acontecimento (Queré, 1999; Franças, 2012) e evento sintético (Cardenuto et al., 2023), exploramos como essa intervenção representa uma disputa pela atenção do público em um momento altamente simbólico. A análise combina fundamentos qualitativos com dados quantitativos extraídos do Google Trends e do sistema GDELT.

Palavras-chave: Evento sintético, inteligência artificial, Donald Trump, Google Trends, evento de mídia, experiência pública.

Introdução

Após 12 anos à frente da Igreja Católica como Sumo Pontífice sob a denominação de Papa Francisco, o argentino Jorge Mario Bergoglio faleceu em 21 de abril de 2025. A morte do 266º papa deu início a um período de luto e homenagens, enquanto o encontro que decidiria o novo líder do catolicismo - denominado conclave - começou a ser estruturado. Entre 7 e 8 de maio, 131 cardeais - dois não puderam estar presentes - de diversos países se reuniram no Estado do Vaticano e, após quatro votações, o cardeal norte-americano (naturalizado peruano) Robert Francis Prevost foi eleito, adotando o nome Leão XIV.

A eleição de um novo representante máximo do catolicismo é, cada vez mais, um espetáculo midiático, tendo em vista que mobiliza os cerca de 1,406 bilhão de católicos batizados, correspondentes a 17,5% da população mundial (Vatican News,

[1] Artigo apresentado no 28º Seminário de Inverno, realizado entre 2 e 6 de junho de 2025, na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).
[2] Licenciada em Comunicação Social, Mestrando em Jornalismo UEPG, e-mail: svillagra@mi.unc.edu.ar.
[3] Doutor em Comunicação e Informação (UFRGS), Departamento de Jornalismo UEPG, e-mail: ivanbp@uepg.br.

2025). A estruturação deste cenário religioso-político pode ser entendido a partir de Kellner (2001; 2004), que observa que estamos inseridos em uma cultura da mídia estruturada em imagens, sons e espetáculos, impactando as formas de interação e compreensão da realidade. A ação é montada para ser vista, reproduzindo elementos esteticamente impactantes e compreensíveis ao público (grandiosidade, solenidade, segredo) e que, ao cabo, instituem formas de mostrar e exercer poder.

Seria esperado que, ao longo das semanas que compreendem a morte e a ascensão de um novo pontífice, os fatos relacionados a este acontecimento englobassem grande parte do noticiário mundial. Contudo, uma imagem sintética (ou seja, produzida a partir de inteligência artificial generativa) acabou atravessando a previsibilidade da agenda jornalística. Em 2 de maio de 2025, o presidente dos EUA, Donald Trump, publicou em seu perfil na rede social Truth Social - criada pelo Trump Media & Technology Group (TMTG), de propriedade do próprio mandatário - uma representação imagética (fig. 1) de si mesmo como papa, utilizando trajes, fazendo gesto e em cenário que referenciam associação ao cargo religioso. O conteúdo foi compartilhado pelo perfil oficial da Casa Branca na plataforma X, adquirindo ampla visibilidade.

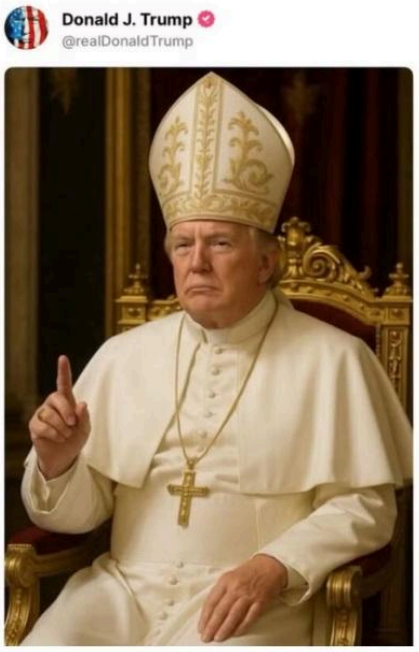


Fig. 1: Imagem sintética de Trump como papa.
Fonte: perfil de Donald Trump no X

O objetivo deste artigo é analisar a estratégia de Donald Trump para se posicionar na mídia no contexto da morte do Papa Francisco e do início do novo conclave do Vaticano com essa imagem gerada com inteligência artificial. Investigaremos como esse recurso é utilizado no contexto da disputa pela atenção do público em um momento de grande interesse global voltado, a princípio, para a Igreja Católica.

Objetos digitais, efeitos sensíveis

Buscamos entender os processos midiáticos relacionados à divulgação do referido objeto digital na forma de conteúdo de AI. Conforme Hui (2012,), os objetos digitais podem ser vistos de diferentes maneiras, mesmo como objetos naturais, sendo que há a necessidade de que a consciência se engaje para que nossas conceituações permitam que interpretemos sua aparência e a experiência humana com os mesmos.

> O que podemos pensar sobre a "substância" de um objeto digital? Objetos digitais aparecem para usuários humanos como seres coloridos e visíveis. No nível da programação, eles são arquivos de texto; mais abaixo, no sistema operacional, são códigos binários; finalmente, no nível das placas de circuito, nada mais são do que sinais gerados pelos valores de voltagem e pela operação de portas lógicas. Como, então, podemos pensar nas diferenças de voltagem como sendo a substância de um objeto digital? Olhando para baixo, podemos chegar à mediação do silício e do metal. E, finalmente, podemos entrar em partículas e campos. Mas esse tipo de reducionismo não nos diz muito sobre o mundo (Hui, 2012, p. 387, tradução nossa[4]).

Seguindo essa concepção de matriz fenomenológica, é necessário compreender que o entendimento que fazemos acerca dos objetos digitais demanda uma ação e uma

[4] No original: "What can we think about the 'substance' of a digital object? Digital objects appear to human users as colourful and visible beings. At the level of programming they are text files; further down the operating system they are binary codes; finally, at the level of circuit boards they are nothing but signals generated by the values of voltage and the operation of logic gates. How, then, can we think about the voltage differences as being the substance of a digital object? Searching downward we may end up with the mediation of silicon and metal. And finally we could go into particles and fields. But this kind of reductionism doesn't tell us much about the world".

intencionalidade para o reconhecimento. Os objetos digitais, constituídos por dados e estruturados a partir de metadados, demandam uma compreensão de diferentes formas de relação, tanto no que tange relações com materialidades quanto a temporalidades. Segundo o teórico, tal perspectiva extrapola a concepção de que os objetos digitais sejam somente elementos simbólicos, mas cuja existência implicam resultados nas dimensões experienciais e cognitivas dos seres humanos.

Neste sentido, importa ter em vista que o objeto digital não definido só a partir do que seria a representação de uma materialidade: tudo o que compreende sua "existência digital" precisa ser considerado, como as formas pelas quais é apropriado, compartilhado, usado e reutilizado por usuários. A grande visibilidade midiática alcançada pela imagem sintética do "Papa Trump" corrobora os processos destacados por Hui (2012). É essencial tentar entender como a existência de um acontecimento que, por sua vez, "não aconteceu", passa a ser um elemento a mais em meio a um complexo cenário, no qual processos religiosos e políticos são entremeados às lógicas midiáticas, afetando as formas pelas quais os indivíduos entendem a realidade.

Para fins de análise, em primeiro lugar, as tendências de pesquisa e as associações semânticas em torno das entidades "Trump" e "Papa" serão revisadas usando o Google Trends. O objetivo é determinar até que ponto essa publicação de

Trump teve um impacto sobre o interesse de informação dos usuários da Internet em todo o mundo. Em segundo lugar, a cobertura da mídia sobre o evento será analisada quantitativamente.

A estratégia de mídia de Donald Trump, ao disseminar uma imagem gerada por inteligência artificial na qual ele aparece vestido de papa, pode ser entendida como uma tentativa deliberada de reconfigurar simbolicamente um evento, inserindo-se como um protagonista inesperado em um contexto altamente ritualístico e institucional, como um conclave papal. Essa intervenção está totalmente inscrita no que Cardenuto et al. (2023) conceituam como um evento sintético, ou seja, "criações digitais contextuais possibilitadas por métodos de inteligência artificial" que, com base na análise de grandes volumes de dados, geram "uma nova 'realidade' ou narrativa,

independentemente de sua intenção de enganar" (CARDENUTO et al., 2023, p. 2). A chave não estará na falsidade do conteúdo, mas em sua capacidade de instalar uma versão alternativa do real, dotada de poder simbólico.

Esse tipo de criação se torna particularmente relevante quando há uma "inundação de nosso mundo físico com conteúdo e criações" que transformarão nossas maneiras de interagir e construir significado no social (p. 2). É assim que uma imagem gerada por IA pode deixar de ser apenas uma peça visual e se tornar um operador simbólico que reconfigurará o significado de um evento e desviará a atenção do público para um sujeito, nesse caso Trump, que não estava originalmente envolvido no evento.

Os dados de Google Trends apóiam essa hipótese. O Google Trends, segundo Cebrián e Domenech (2023), é uma ferramenta gratuita desenvolvida pelo Google que possibilita a criação de relatórios acerca de popularidade no âmbito de utilização do motor de pesquisa. "Os relatórios, que incluem dados de séries temporais, estão disponíveis para qualquer período selecionado pelo usuário, de 2004 até os dias atuais" (Cebrián e Domenech, 2023, p. 811), podendo ser mobilizados no exame de pesquisas empreendidas a partir de especificidades de idioma ou região.

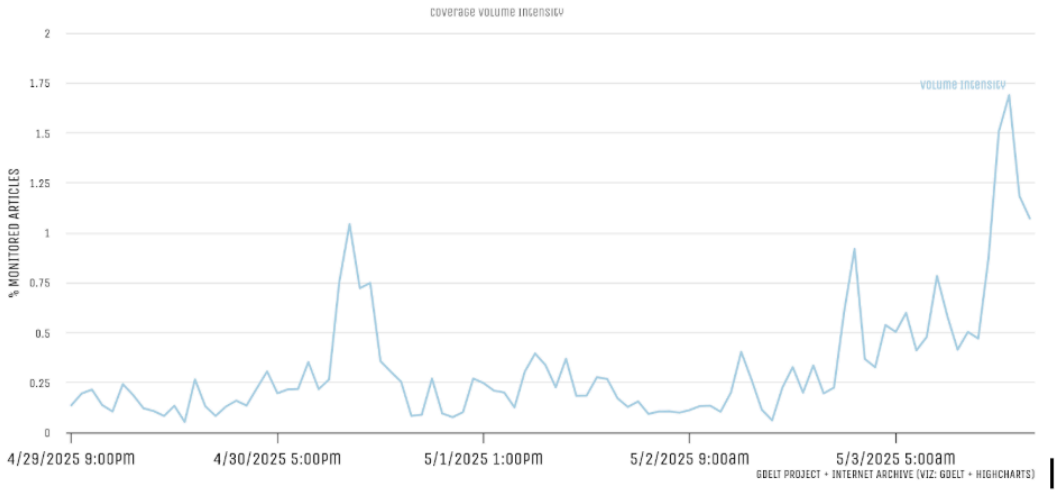
Utilizando o Google Trends para analisar o acontecimento sintético "Papa Trump"

Conforme a análise da plataforma, entre 30 de abril e 3 de maio de 2025, ou seja, durante os dias do conclave e da eleição do novo papa, o termo "papa trump" ficou em sexto lugar entre as pesquisas relacionadas à entidade "Papa", atingindo um índice de 28 em uma escala em que 100 representa o pico máximo de popularidade (Google Trends Help, 2024). Esse valor indica que, embora não seja o termo dominante, ele capturou mais de um quarto do interesse no tópico mais pesquisado, demonstrando que uma parte significativa dos usuários globais associou o ex-presidente dos EUA ao evento religioso. Além disso, as pesquisas associadas a "papa trump" incluíram frases como "trump quer ser papa", demonstrando a conexão direta dessa intenção de pesquisa com a criação da imagem de IA. Da mesma forma, nos tópicos relacionados, ou seja,

tópicos gerais que os usuários pesquisaram juntamente com o termo principal, categorizados pelo Google de acordo com o tipo, o primeiro a aparecer é “Fotografia -

Forma de arte visual”, o que também indica que isso pode estar vinculado à circulação de imagens relacionadas.

Gráfico 1 – Evolução do interesse por “Papa Trump” nas buscas do Google Trends (30 de abril a 3 de maio de 2025)



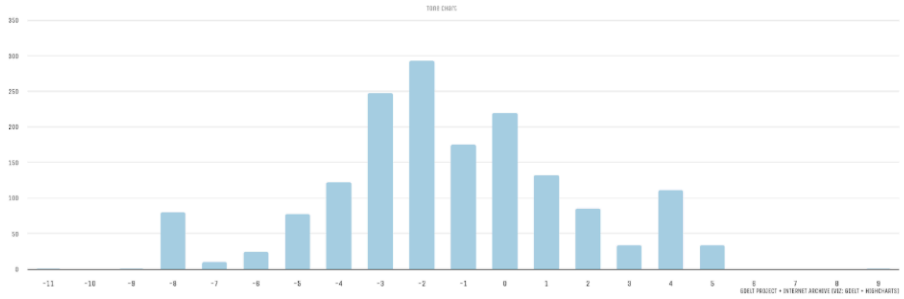
Fonte: Google Trends (consultado em 15 de maio de 2025).

Da perspectiva de Quéré, isso aponta para a individualização do evento, entendida como o momento em que um evento deixa de ser simplesmente um dado público e se torna subjetivamente apropriado. Em seus termos, “a experiência que individualiza o evento é um processo de subjetivação e singularização do eu” (Quéré, 1999, p. 24). Nesse contexto, a imagem gerada por IA não apenas representa algo irreal, mas também constrói uma cena em que o evento “acontece” com Trump, ou seja, o inscreve como um protagonista simbólico do acontecimento. Isso altera a forma como o público percebe o evento e o próprio sujeito envolvido. Trump não aparece apenas como uma figura central, mas é apresentado como alguém afetado, desafiado e

ressignificado pelo acontecimento, deslocando o foco original da morte de um papa para a sua própria figura.

Essa dinâmica também se reflete no comportamento da mídia. De acordo com o sistema GDELT, que monitora notícias globais em mais de 100 idiomas, o volume de cobertura que vincula simultaneamente Trump e o papa aumentou significativamente entre 2 e 3 de maio, atingindo um pico de mais de 1,75% de todas as notícias monitoradas.

Gráfico 2 – Variação do volume de cobertura jornalística global vinculando Trump e o Papa (2 a 3 de maio de 2025)



Fonte: GDELT Project (consultado em 15 de maio de 2025).

Esse salto coincide diretamente com a data de publicação da imagem na AI, o que nos permite inferir uma correlação direta entre o gesto de intervenção simbólica e sua capacidade de atrair a cobertura da mídia global.

Por outro lado, a análise do tom dessas notícias, medida pelo GDELT em uma escala de -10 a +10, concentrou-se em valores negativos ou neutros (principalmente entre -3 e 0). A predominância de valores negativos ou neutros indica que os textos analisados foram classificados como tendendo para um tom desfavorável ou sem carga emocional explícita, de acordo com o sistema de medição automatizado GDELT.

Isso não invalida seu poder simbólico: como Cardenuto et al. apontam, a eficácia de um evento sintético está em sua capacidade de "modificar o que ou quem se torna o foco da atenção" (2023, p. 2). Nesse sentido, não importa se essa atenção é positiva ou negativa. Além disso, isso está inscrito no que Da Empoli explica sobre os "engenheiros do caos", entre os quais ele inscreve Trump. Esse grupo adapta a lógica da propaganda política à era da mídia digital, visando a um conteúdo que atraia e retenha os usuários. Para isso, exploram emoções básicas, como o medo e a raiva dos eleitores, criando uma dinâmica eficaz de engajamento (Da Empoli, 2019).

Na perspectiva de Cardenuto et al. (2023), o evento sintético não exige necessariamente a fabricação de uma mentira explícita, mas funciona como uma estratégia de ressignificação do ambiente informacional. Trump instalou uma mensagem em um lugar para o qual não foi convidado. Para os autores, "essa forma de intervenção se baseia na exploração de vieses cognitivos e estruturas narrativas reconhecíveis, o que a torna um recurso poderoso para influenciar a opinião pública" (p. 33).

Por fim, Cardenuto et al. enfatizam que essas construções sintéticas "modificam o que ou quem se torna o foco da atenção" (p. 2). Em relação a isso, a eficácia da publicação de Trump não está no conteúdo visual em si, mas no "contexto em que são disseminados e nas intenções que os acompanham" (p. 4), representando não apenas uma montagem visual, mas uma tentativa deliberada de se inserir no centro de um evento simbolicamente carregado.

Essa análise se aprofunda ao incorporar a noção de acontecimento midiático proposta por Vera França (2012), que retoma Quéré para pensar o acontecimento não como algo que simplesmente "acontece", mas como uma ruptura da normalidade que irrompe na experiência do sujeito, provocando sentido, interpelando o passado e abrindo possibilidades para o futuro (FRANÇA, 2012, p. 14). Nesse sentido, a imagem de Trump não apenas irrompe no fluxo de informações, mas também convoca uma interpretação coletiva, mobilizando significados pré-existentes, como a ideia de que o presidente estadunidense poderia influenciar a eleição do próximo papa, narrativa que foi reforçada com o resultado final: um papa de nacionalidade norte-americana.

Além disso, seguindo França, pode-se argumentar que a IA atua aqui tanto como um meio quanto como um sujeito da mídia: ela não apenas transmite a imagem, mas também produz uma narrativa alternativa que interfere na maneira como o evento da morte papal é vivenciado pelo público. A IA, nesse papel, "fabrica" uma nova versão simbólica do evento, na qual Trump figura como um protagonista inesperado.

França também argumenta que os eventos têm uma vida dupla: uma existencial, quando irrompem na experiência vivida, e uma simbólica, quando são narrados, reproduzidos e ressignificados (FRANÇA, 2012, p. 15). A imagem gerada por Trump consegue se inserir na segunda vida do evento, alterando seu significado social e afetando a forma como ele é interpretado publicamente.

Para Quéré, um evento se torna totalmente individualizado quando é respondido em termos de "o que aconteceu", "do que se trata exatamente" e "qual é o seu significado em um campo problemático" (Quéré, 1999, p. 24). A imagem da IA de Trump não é apenas uma provocação comunicacional: ela busca provocar essa série de perguntas no público.

Quéré insiste que a individualização de um acontecimento implica sua apropriação experiencial, não apenas sua compreensão. Para isso, ele introduz o conceito de experiência pública, entendida como uma organização impessoal de significado compartilhado, mediada discursiva e simbolicamente. Nessa estrutura, a estratégia de Trump pode ser analisada como uma tentativa de forçar uma reconfiguração narrativa do evento (a morte do papa), mudando o foco para sua própria figura.

Nas palavras de Quéré: "a experiência que individualiza o evento é um processo de subjetivação e singularização do eu" (1999, p. 24). Essa formulação se refere a uma dinâmica dupla: não apenas o acontecimento se torna significativo quando é apropriado por quem o recebe, mas também o sujeito é transformado nesse processo. Nesse sentido, a imagem gerada pela inteligência artificial não visa simplesmente representar algo que não aconteceu, mas provocar um deslocamento simbólico, pelo

qual o evento “acontece” com Trump, o atravessa e o “individualiza” como a figura central em uma narrativa global.

Ao se situar como o suposto protagonista da cena papal, Trump reconfigura sua própria posição de identidade no campo da mídia: ele não apenas se “representa” como líder, mas usa o evento como um recurso para reafirmar ou redefinir seu lugar em uma história que não tem nada a ver com ele. “A recepção que individualiza o acontecimento é um processo de subjetivação e de singularização de si (soi), daquele ou daqueles a quem ele acontece” (Quéré, 1999, p. 24) Nesse gesto, como explica Quéré, o processo de recepção do acontecimento não se limita mais a uma observação passiva, mas implica um ato de subjetivação ativa, em que o agente se apropria do acontecimento, ressignifica-o e, ao fazê-lo, (re)constrói a si mesmo.

Considerações finais: um acontecimento sintético

Os resultados da manipulação midiática de Trump, deduzíveis das intenções de busca associadas à sua figura e à massividade da cobertura registrada pelo GDELT, revelam como os acontecimentos sintéticos podem ser mobilizados para influenciar na esfera dos acontecimentos factuais, complexificando a relação dos indivíduos com a realidade. Esses eventos incidem sobre a recepção de eventos públicos, implicando reconfigurações deste processo, e, ao mesmo tempo, apropriam-se deles simbolicamente.

Há um convite à reflexão sobre as maneiras pelas quais a inteligência artificial afeta os limites entre o real e o simbólico, inclusive por, de certa forma, escapar à lógica dessa dualidade. Trump não se tornou papa, nem estava diretamente ligado ao conclave, mas, por meio de um objeto digital criado a partir da inteligência artificial generativa, ele conseguiu se instalar como uma narrativa alternativa ao evento principal, trazendo impactos relevantes a diferentes dimensões, como a midiática, a política e a religiosa. Um evento não precisa “acontecer”, em sentido factual, para ser interpretado e contestado. E a inteligência artificial não será necessariamente usada para fabricar fake

news, mas como mais uma ferramenta na disputa de sentido, dentro de uma comunicação política atravessada por provocações e polêmicas.

Referências

CARDENUTO, João Phillipe et al. *The Age of Synthetic Realities: Challenges and Opportunities*. *Journal of Information Forensics*, v. 1, p. 2, 2023.

CEBRIÁN, E.; DOMENECH, J. Is Google Trends a quality data source? *Applied Economics Letters*, v. 30, n. 6, p. 811-815, 2023.

DA EMPOLI, Giuliano. *Os engenheiros do caos: como as fake news, o big data e os algoritmos subvertem a democracia*. São Paulo: Editora Vestígio, 2019.

FRANÇA, Vera. O acontecimento e a mídia. *Galáxia* (São Paulo, Online), n. 24, p. 10–21, dez. 2012. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/14082. Acesso em: 17 maio 2025.

GDELT. *The GDELT Project*. [S.l.], s.d. Disponível em: https://www.gdeltproject.org/. Acesso em: 15 maio 2025.

GOOGLE. *Trends: Papa – Término de busca*. Mundo todo, 30 abr. 2025 – 3 maio 2025. Todas as categorias, busca de notícias. Disponível em: https://trends.google.com/trends/explore?date=2025-04-30%202025-05-03&gprop=news&q=Papa&hl=es. Acesso em: 15 maio 2025.

GOOGLE. *Trends: Papa Trump – Término de busca*. Mundo todo, 30 abr. 2025 – 3 maio 2025. Todas as categorias, busca de notícias. Disponível em: https://trends.google.com/trends/explore?date=2025-04-30%202025-05-03&gprop=news&q=papa%20trump. Acesso em: 15 maio 2025.

GOOGLE. *Trends: Trump – Término de busca*. Mundo todo, últimos 30 dias. Todas as categorias, busca de notícias. Disponível em: https://trends.google.com/trends/explore?date=today%201-m&gprop=news&q=Trump&hl=es. Acesso em: 15 maio 2025.

GOOGLE. *Trends: Trump – Término de busca*. Mundo todo, últimos 90 dias. Todas as categorias, busca de notícias. Disponível em: https://trends.google.com/trends/explore?date=today%203-m&gprop=news&q=Trump&hl=es. Acesso em: 15 maio 2025.

GOOGLE TRENDS. *Cómo funcionan los datos de Trends*. Disponível em: https://support.google.com/trends/answer/4365533?hl=es. Acesso em: 15 maio 2025.

HUI, Yuk. What is a digital object? *Metaphilosophy*, 43(4), 380-395, 2012.

KELLNER, Douglas. *Cultura da mídia*. Bauru: EDUSC, 2001.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo dos espetáculo. *Revista Líbero*, v. 6, n. 11, p. 5, 2004.

