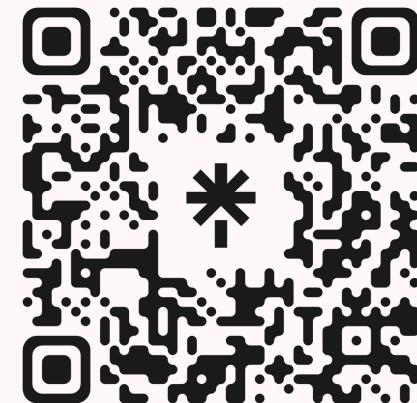




Rodolfo Benetti
CSO da Orgânica

COMO SUA MARCA ESTÁ ALIMENTANDO A IDIOTICE ARTIFICIAL



**Você já perguntou algo pra
uma IA e achou a resposta
meio burra?**

O problema não é a máquina.
É o conteúdo que a gente
deu pra ela processar.



A IA só
repete o
que a
gente
produz.

REALIDADE

97% buscam informação antes de comprar

9 horas por dia na Internet

79% ativos em redes sociais

Tudo isso vira conteúdo para as IAs

#IDIOTICE

OS 4 CONTEÚDOS QUE ENSINAM A IA A SER BURRA

orgânica®

Conteúdo Wikipédia

completo, mas sem alma

Conteúdo Amigo

simpático, mas raso

Conteúdo Espelho

fala de você, não para o cliente

Conteúdo Errado

bom, esse é lixo digital

*“Se o seu post poderia ser
publicado por qualquer
empresa, a IA nunca vai
mencionar sua marca.”*

The image consists of three vertical screenshots of the Search Engine Land website, each with a dark blue header and footer.

Screenshot 1 (Left): The header says "Search Engine Land". Below it, "SEO » Article". The main title is "How generative AI is quietly distorting your brand message". Below the title, "Published: Aug 28, 2025, 7:00 am · 7 min read". Below that, a "Share" section with icons for Facebook, X, Email, LinkedIn, and Twitter. Below the share section, "Written by Semrush Enterprise" with a small purple icon. Below that, "Author, Myriam Jessier" with a small circular profile picture.

Screenshot 2 (Middle): The header says "Search Engine Land". The main content lists five bullet points about generative AI's impact on brand messaging:

- **Loss of coherence:** This manifests as diminished clarity, disrupted logical progression, and a breakdown in self-consistency within the narrative.
- **Loss of relevance:** This occurs when content becomes saturated with irrelevant or repetitive information, diluting the intended message.
- **Loss of truthfulness:** This is characterized by the emergence of fabricated details or statements that diverge from established facts and world knowledge.
- **Narrative collapse:** When AI outputs are used as new training data, the original intent can morph entirely.
- **Zero-click risk:** With Google AI Overviews becoming the default in search, users may never see your official content. They would rely only on the AI's synthesized, potentially

Screenshot 3 (Right): The header says "Search Engine Land". Below the header, a "Shower thought of the day" box contains the text: "Adding a feature because ChatGPT hallucinates it exists. Is that going to potentially be a thing if enough people complain to support about features they swear exist because an LLM told them so?". Below the box, "This is the case for the company Streamer.bot:" followed by a quote: "We often have users joining our Discord and say ChatGPT told said xyz. Yes the tool can, however their instructions are wrong 90% of the time. We end up correcting their attempts to get it working how they want, still creates support tickets."

Below the quote, "Brand stewardship now requires managing four distinct but interconnected layers. Each layer feeds AI training data differently. Each carries different risk profiles. Ignore any layer, and AI systems will construct your brand narrative without your input."

#IA

COMO ELA INFLUENCIA O CONSUMIDOR?

orgânica®

**As IAs buscam a melhor versão
— a sua marca tem uma?**

As marcas ainda
podem ter o
controle... 

A IA não é mais o
futuro, é o
presente da
descoberta de
marcas.

Search Engine Land

SEO » Article

AI search relies on brand-controlled sources, not Reddit: Report

Published: Oct 9, 2025, 9:00 am · 2 min read

Share

Written by [Danny Goodwin](#)

Search Engine Land

New analysis of 6.8 million AI citations finds that most AI answers come from brand-controlled content in ChatGPT, Gemini, and Perplexity.

A dominant share – 86% to be specific – of AI citations come from sources brands already control, according to a new analysis of 6.8 million citations across ChatGPT, Gemini, and Perplexity conducted by brand visibility platform Yext.

Why we care. The findings challenge the perception that forums like Reddit dominate AI answers. Yext's analysis also suggests that brands can directly influence visibility in generative results by keeping website content accurate, structured, and crawlable. (Yes, SEO.)

By the numbers. Across all industries, 86% of AI citations came from sources brands owned or managed.

Search Engine Land

- Websites lead: 44% of citations came from first-party sites.
- Listings close behind: 42%.
- Reviews and social: 8%.
- Forums: Just 2%.
- **AI model bias:** Gemini favors websites (52.1%), OpenAI leans on listings (48.7%), and Perplexity spreads across sources like MapQuest and TripAdvisor.
- **Industry variation:**
 - Retail: 47.6% from brand websites.
 - Finance: 48.2% from authoritative local pages.
 - Healthcare: 52.6% from listings like WebMD and Vitals.
 - Food service: 13.3% from reviews and social (the most of any sector).

#será
**CONTEÚDO OU
REPUTAÇÃO?**



Conteúdo:
site → blog → redes

Basta?

Agora?
Reputação:
menção → citação → rating

Será?

#será
**CONTEÚDO OU
REPUTAÇÃO?**



orgânica®

Conteúdo:
site → redes → blog

Basta?

Agora?

Reputação:
menção → citação → rating

Será?

AMBOS!!

Citações X

 [Dolphin BYD - Fórum de discussão](#)

Período de Amaciamento é até 2000km - Geral - Dolphin BYD

31 de julho de 2023 — Jul 31, 2023 — Conforme o manual do usuário o período de amaciamento do...

 [Quatro Rodas](#)

BYD Dolphin tem amaciamento e pegadinhas na garantia

Feb 6, 2024 — No Dolphin esse processo dura 2.000 km e deve ser feito conduzindo o carro apenas no...

 [BYD Auto Chile](#)

Dolphin-Mini-Manual-del-Propietario.pdf

La velocidad máxima en modo ECO y modo nieve es de 100 km/h, por eso no debe cambiar al modo ECO...

 [Dolphin BYD - Fórum de discussão](#)

Período de Amaciamento é até 2000km - Dolphin BYD

12 de fevereiro de 2024 — Jul 31, 2023 — Parece que o carro ganhou potência, depois dos 2 mil km. No...

Fontes · 14

 [reddit.com](#)

Chinesa BYD ultrapassa Tesla como fabricante de veículos elétricos mais popular do mundo

27 de dezembro de 2023 — [Wednesday December 27 2023] [+170 votes] SHARED URL [Wednesday...]

 [mercadolivre.com.br](#)

Custos de Manutenção do Honda HR-V: Guia Completo

CUSTO INICIAL DO HONDA HR-V Antes de mergulharmos nos custos de manutenção, é...

 [reddit.com](#)

Vai vir uma desvalorização maior ainda dos BYD em 2025?

26 de novembro de 2024 — Fala pessoal! Beleza? Primeiro, não quero fazer esse post pra desmerecer...

 [vrum.com.br](#)

Veja a desvalorização dos 5 principais carros elétricos do mercado

DEVALORIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS ELÉTRICOS DO BRASIL Modelo | Preço em 2024 | Preço em 2025 [...]

 [vrum.com.br](#)

Veja a desvalorização dos seis principais carros elétricos do mercado

BYD Dolphin Mini Image: BYD Dolphin Mini rosa em pista de teste visto de frente Veja a desvalorização do...

 [vrum.com.br](#)

Qual é a desvalorização do BYD Dolphin, carro elétrico mais vendido do Brasil?

x Image: Quase 41 mil unidades de carros elétricos foram vendidos no ano Quase 41 mil unidades de...

Citações X

 [BYD](#)

Ficha técnica - Dolphin Mini PRINT_v2

22 de fevereiro de 2024 — Ajuste manual do banco do passageiro dianteiro (4 posições). Page 4. ICS ... d...

 [BYD](#)

Guia Rápido - DOLPHIN

O Sistema de Monitoramento da Pressão dos Pneus (TPMS) pode exibir as informações sobre a pressão ...

 [Mercado Veículos - Portal Automotivo](#)

Calibragem do Pneu do BYD Yuan Plus - Guia Completo

25 de setembro de 2025 — Sep 25, 2025 — Tabela de Pressão dos Pneus (PSI - Padrão Brasileiro); BYD...

 [BYD](#)

Manual do Proprietário - DOLPHIN

27 de julho de 2023 — a pressão real dos pneus fique muito baixa quando o próximo alarme for dado.....

 [Dolphin BYD - Fórum de discussão](#)

Sensor de pressão dolphin mini - Manutenção e Conservação

23 de dezembro de 2024 — Dec 23, 2024 — A mensagem diz "sem sinal", como foi nos 4 ao mesm...

 [BYD](#)

Manual de Manutenção e Garantia - DOLPHIN

14 de junho de 2023 — Verificar os pneus e a calibração da pressão dos pneus (incluindo. TPMS)....

Mais

 [bydautomotive.com.au](#)

BYD-DOLPHIN-Owners-Handbook-2023.pdf

To better use and maintain the vehicle, please read

#SEOVIVE

Conteúdo autoral, útil e
confiável ainda é o que vende.
E é também o que educa a IA.

#trust

CONTENT+PERFORMANCE

“O Content+Performance é nosso método de cura contra conteúdo ruim.”

Os 7 princípios do conteúdo inteligente:

 Intencionalidade	 Infotainment
 Relevância	 Confiança
 Autenticidade	 Crescimento
 Se importar, importa	

#trust

O Content+ Performance não é uma fórmula.

orgânica

- É uma consciência...
- A consciência de que cada conteúdo deve gerar três coisas:

- Relevância;
- Reputação;
- Receita.



**E se ele não gera
nenhuma dessas três, ele
é só barulho...**

O Content+Performance é o ponto de encontro entre o Branding e o ROI.

“Ele existe para que o conteúdo pare de ser só um gasto de tempo (**para nós e para a IA**) e passe a ser uma ferramenta de crescimento mensurável.”

#lógica
**PRIMEIRO
GERAR VALOR**

orgânica®

**DEPOIS GERAR
DEMANDA**

E quando você faz
os dois bem, você
conquista algo
muito maior:

CONFIANÇA

#cura
**TODA CURA
DEPENDE DE
UMA DECISÃO**

orgânica®

A pergunta agora é:
**como transformar isso num jeito
de trabalhar dentro da sua
empresa?**

Parar de repetir o
que todo mundo
faz 

“Porque de nada adianta entender o método, se a cultura da sua empresa continua premiando quantidade e não qualidade.”

Slide para tirar foto e enviar para a equipe

- ✓ **Entende o propósito:** O que sua marca realmente quer provocar no mundo?
- ✓ **Cria com intencionalidade:** Cada conteúdo responde a uma dor, um desejo, uma pergunta.
- ✓ **Distribui com inteligência:** SEO, redes, mídia paga, parcerias. Tudo junto mas com propósito.
- ✓ **Mensura com método:** Usando o C+P Score para saber o que realmente tem qualidade.
- ✓ **E ajusta com empatia:** Não olhando só pra taxa de clique, mas pra conexão que você está criando.
- ♥ **Chama a Orgânica:** www.organicadigital.com

**Porque entender o método
é fácil.**

**Viver o método... exige
coragem.**

A coragem de dizer **NÃO** para
o conteúdo automático.

De escolher **QUALIDADE**,
mesmo que custe mais
tempo.

De trocar o **ALGORITMO**
pelo **AFETO**.

Agora é o momento mais incômodo da palestra.

Porque até aqui,
foi fácil concordar...

**É fácil odiar
conteúdo genérico.**

É fácil culpar o algoritmo.

Difícil é perceber que,
muitas vezes, a **Idiotice**
Artificial começa dentro da
nossa própria empresa.

**Começou quando a
gente trocou estratégia
por urgência.**

Quando cada post virou uma meta.

Mas nenhuma meta
virou história, quando
passamos a **premiar**
volume, não valor.

**“O conteúdo não nasce
do briefing.
Ele nasce da cultura.”**

Se a sua cultura é feita de pressa,
se o time só entrega para “cumprir
pauta”, então você não precisa de IA.

Você já é uma...

○ **primeiro passo** para aplicar o
Content+Performance não é técnico.

É CULTURAL.

Você precisa mudar o jeito como a sua empresa enxerga comunicação.

Não é mais sobre “o que vamos postar essa semana.”

É sobre **o que queremos ensinar pro mercado.**

#sobrevivência
**AS MARCAS QUE
VÃO SOBREVIVER
A ERA DA IA**

orgânica®

**SÃO AS QUE
PENSAM COM
CONSCIÊNCIA**

Criam com alma
e distribuem
com...
PROpósito

**QUER SABER
POR ONDE
COMEÇAR?**

**Vamos fazer isso
juntos, anota aí...**

Crie uma intenção antes de criar um conteúdo.

Pergunte-se: “O que esse conteúdo faz pelo meu público?” Se a resposta for “nada”, não publique.

Transforme o briefing em conversa

Pergunte para o cliente, para o vendedor, para o suporte. As melhores pautas estão onde há dor real.

Deixe a IA te ajudar — mas não te substituir.

Use a IA pra pesquisar, testar títulos, estruturar ideias. Mas lembre-se: **a parte humana é o que ensina a máquina**. Se você tira o humano, tira a inteligência também.

Comece pequeno, mas comece certo.

Um conteúdo bem feito por semana vale mais que vinte rasos em um dia.

O Content+Performance não é sobre produzir mais.
É sobre produzir com propósito.

Quando aplicamos isso nos nossos clientes na Orgânica, a **transformação é visível.**

Eles param de **falar sozinhos.**

As pessoas começam a responder. Os **conteúdos começam a gerar leads,** mas também memórias.

E é aí que o marketing deixa de ser barulho e vira significado.

#SELIGA

Antes de sair dessa conversa
pensando em ferramenta,
pense em **filosofia**.

**“O marketing não é sobre o que você diz.
É sobre o que o mundo (e as IAs)
repete depois que você fala.”**

**Se a IA repete besteira,
você alimentou a idiotice.**

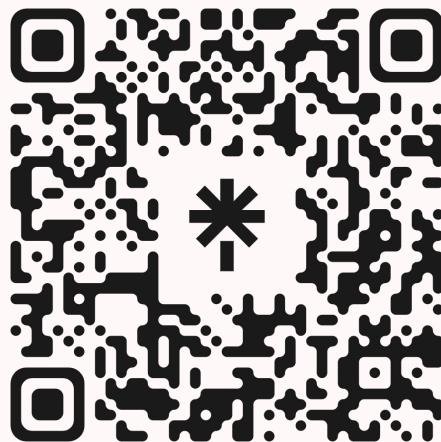
**Se a IA repete verdade, você
alimentou a inteligência.**

A IA precisa escolher uma versão
da história para contar.

A sua empresa tem uma? 

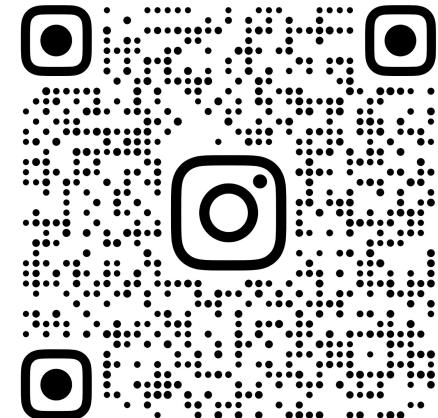
**“O desafio não é VENCER a
Inteligência Artificial.**

**É PARAR de alimentar a
Idiotice Artificial.”**



Rodolfo Benetti
CSO

@organica.digital
organicadigital.com



RODOLFO.BENETTI

**MUITO
OBRIGADO!**