

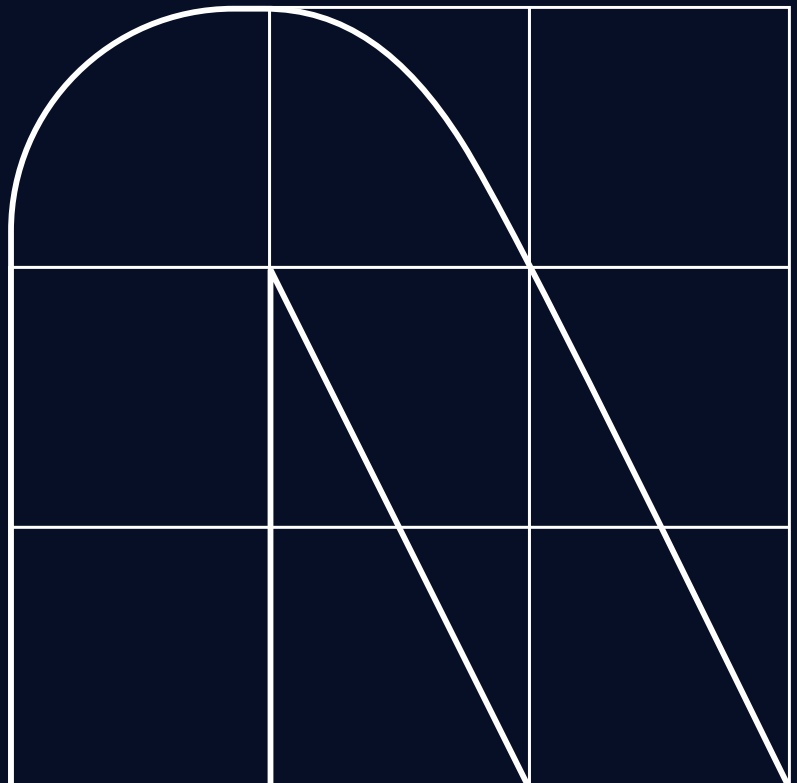
Personas sintéticas: uma nova camada entre dados, comportamentos e decisão

A aplicação de personas sintéticas
como ferramenta para decisões mais
precisas em contextos
digitais complexos.



Sumário

- 1** Resumo executivo
- 2** A falha estrutural dos métodos tradicionais diante de ambientes digitais complexos
- 3** O que diferencia personas sintéticas de personas convencionais, *clusters* e modelos genéricos
- 4** Como construir e governar um portfólio de personas sintéticas
- 5** Pontos de atenção e condições de uso
- 6** Onde as personas sintéticas mudam decisões na prática
- 7** O futuro das personas sintéticas
- 8** Aplique as personas sintéticas no seu negócio



Autores

Este *white paper* foi desenvolvido pela **NTT DATA Brasil**, em parceria com a **Galaxies**, combinando pesquisa aplicada, inteligência artificial e simulação comportamental.

Autoria principal

Eli Rodrigues — Pesquisador-chefe e Head of Digital Experience Brasil, NTT DATA

Barbara Uehara — Head of DX Research Center, NTT DATA

Daniel Victorino — CEO, Galaxies

Thiago Serena — Head of Research & ML, Galaxies

Carolina Yoshida — Head of Product, Galaxies

Contribuições de pesquisa e cases — NTT DATA Brasil

Lara Goulart, Lilian Campos, Timoteo Moura, Franciely Charleaux e Giselle Prado

Contribuição metodológica — Galaxies

Lucas Damasceno, Fabio Moreira e Pietro Lancieri

Cases internacionais — NTT DATA

Ferran Bernal Muñoz (Espanha)

Andreia Bandarra Henriques (Portugal)

Crescente Renigio Leay (Chile)

Katherine Lilia Villacorta Holguin (Peru)

Jorge Alberto Castillo Gonzalez (Colômbia)

Apoio técnico em IA — IBIOL, NTT DATA

Luis Quiles e Arthur Filgueiras

Agradecimentos

Agradecemos a Cesar Adan, Ricardo Lebre e Evandro Armelin pelo apoio institucional e pelas contribuições estratégicas ao desenvolvimento deste estudo.

1 | Resumo executivo

Nos últimos anos, produtos digitais deixaram de ser “canais” e passaram a ser a própria experiência da marca. Aplicativos, sites, jornadas e assistentes conversacionais se tornaram o lugar onde o valor é percebido, comparado, contestado e lembrado.

Ao mesmo tempo, o comportamento das pessoas foi se complexificando. Há os que pesquisam a partir de seus *hobbies*, simulam compras por prazer, alternam canais para se informar com fluidez e formam opinião a partir de múltiplas fontes, muitas vezes com a sensação de conhecer melhor o produto do que a própria marca.

Esse cenário aumentou a complexidade das estratégias de expansão das empresas e seus produtos, assim como mudou o tipo de decisão necessária para manter a competitividade no mercado.

Dentro deste contexto, muitas organizações seguem tomando decisões com base em instrumentos insuficientes. Em geral, utilizam modelos tradicionais de representação de clientes, como personas e segmentações simplificadas, que frequentemente condensam dezenas de milhares de clientes em poucos arquétipos, apesar de uma maturidade crescente em *analytics*, *customer experience* e design de produtos digitais.

Além disso, nos processos analíticos e *pipelines* de dados, é comum haver baixa rastreabilidade sobre a origem e a transformação das informações que fundamentam decisões: do dado bruto ao dado processado, do *cluster* ao *insight*, do *insight* à recomendação.

Ou seja, em um contexto onde não há governança clara, critérios explícitos de validade e interpretação estatística adequada, o que se observa é um crescimento do risco de decisões que parecem “*data-driven*”, mas que não são robustas o suficiente para sustentar antecipações comportamentais.

Este *white paper* propõe uma revisão desse modelo tradicional, apresentando uma ferramenta decisória de simulação comportamental: personas sintéticas* (também conhecidas como usuários sintéticos, respondentes sintéticos, perfis artificiais ou avatares de dados).

Estas não devem ser tratadas como uma “nova versão de personas”, nem como IA genérica opinativa, mas sim como modelos operáveis, governáveis e comparáveis ao longo do tempo, capazes de enriquecer dados observacionais com a exploração de cenários ainda não ocorridos, testando variações, tensões, extremos e hipóteses que seriam lentas, caras ou inviáveis de validar exclusivamente com pessoas.

O objetivo de utilizar personas sintéticas não é substituir pesquisas com humanos, mas ampliar a capacidade de explorar possibilidades, reduzir risco e acelerar ciclos de decisão com embasamento metodológico.

*Neste documento, utilizamos o termo personas sintéticas para nos referirmos a modelos comportamentais baseados em *clusters* de consumidores, treinados a partir de dados observados de consumidores reais e operados em ambientes de simulação.

A problemática que define esse conteúdo

O desafio central das organizações, hoje, não é a falta de dados, mas a ausência de uma ponte entre dados, modelos e decisões, o que causa lacunas relevantes: transformações estatísticas não documentadas, premissas interpretativas implícitas e a ausência de critérios claros sobre quais atributos são essenciais, quais são acessórios e quais decisões podem, de fato, ser sustentadas por esses modelos.

Dessa forma, cresce a distância entre o volume de informação disponível e a capacidade real de transformá-lo em decisões confiáveis. Essa fratura decisória limita a velocidade de resposta, aumenta o risco e reduz o impacto estratégico.

Nesse cenário, a ausência de mecanismos consistentes de validação e de atualização agrava o problema. Muitas organizações não possuem critérios explícitos de confiança para simulações, nem processos formais para identificar os vieses ou a degradação do modelo ao longo do tempo. Tampouco há governança estruturada para gerir um portfólio amplo de representações comportamentais: saber quando revisar, consolidar ou descontinuar modelos.

O resultado é uma tensão crescente, na qual as organizações estão cada vez mais orientadas por dados, mas apresentam fragilidade estrutural na conversão desses dados em decisões.

Diante disso, dados sintéticos emergem como uma camada intermediária de decisão: não substituem os reais nem a escuta humana, mas permitem simular variações, cenários e extremos a partir de comportamentos observados, com mais eficiência. Ao ampliar o espaço decisório sem exigir novos ciclos completos de coleta, eles tornam possível testar hipóteses, tensionar escolhas e antecipar efeitos antes da execução.

Assim, o uso de personas sintéticas se consolida como uma infraestrutura decisória que organiza dados reais e sintéticos em modelos confiáveis, adaptáveis e governáveis de comportamento, capazes de sustentar simulações repetidas e comparáveis ao longo do tempo.

O valor não está em “simular efeitos futuros”, mas em reduzir riscos e agilizar a decisão no presente.

Esse potencial, no entanto, não é automático. A simulação amplia a capacidade analítica, mas também amplifica vieses quando a base é frágil. Sem critérios claros de governança, validação contínua e leitura crítica dos resultados, elas podem produzir uma falsa sensação de certeza.

Este documento parte desse ponto de tensão. Ele não apresenta personas sintéticas como solução universal ou como substitutas de métodos consolidados, mas como uma ferramenta estratégica que, quando bem aplicada, permite decisões mais rápidas, conscientes e responsáveis em ambientes evolutivos complexos.

Objetivo

Este *white paper* tem como objetivo **tornar explícito como personas sintéticas funcionam na prática**: quais critérios sustentam sua construção, como operam no ciclo de decisão e quais condições determinam sua confiabilidade.

A proposta é demonstrar como a simulação comportamental governada pode ampliar a capacidade de decisão, reduzir atrito operacional e melhorar a alocação de recursos dentro de parâmetros claros.

Ao delimitar funcionamento, critérios e fronteiras, estabelece-se uma base objetiva para que lideranças avaliem onde, como e até que ponto esse recurso deve ser incorporado à sua arquitetura decisória.



O que será abordado neste *white paper*

Ao longo deste documento, serão abordados os temas:

- 1** A falha estrutural dos métodos tradicionais diante de ambientes digitais complexos
- 2** O que diferencia personas sintéticas de personas convencionais, *clusters* e modelos genéricos
- 3** Como construir e governar um portfólio de personas sintéticas
- 4** Pontos de atenção e condições de uso
- 5** Onde as personas sintéticas mudam decisões na prática
- 6** O futuro das personas sintéticas
- 7** Aplique as personas sintéticas no seu negócio

Para quem este *white paper* foi escrito

Este *white paper* é direcionado a líderes e especialistas que já operam em ambientes de grande escala, com milhares de clientes, múltiplos canais e jornadas não lineares, e que utilizam dados, pesquisas, *analytics* e segmentações de forma recorrente.

Trata-se de um público que conhece os métodos de pesquisa, segmentação e análise de comportamento disponíveis no mercado, já os utiliza e reconhece suas limitações.

São executivos e profissionais que:



Tomam decisões críticas sobre produto, experiência, comunicação e estratégia;



Trabalham com volumes significativos de dados, mas não conseguem afirmar com segurança se possuem uma visão prospectiva confiável do comportamento;



Percebem desconforto ao reduzir populações complexas de público-alvo a poucos arquétipos fixos;



Reconhecem que decisões estratégicas continuam sendo tomadas com incerteza sobre a origem, validade e limites dos dados que as sustentam.

Se o seu perfil é de:



Leitores em estágio inicial de UX ou pesquisa;



Equipes interessadas apenas em *frameworks* visuais ou simplificados;



Organizações que utilizam personas exclusivamente como ferramenta de comunicação;



Públicos que buscam respostas prescritivas ou receitas rápidas.

Este documento ainda não é para você. Ele foi concebido para leitores que já estão familiarizados com métodos de pesquisa, análise de comportamento e tomada de decisão orientada por dados. Se esse não é o seu momento, vale primeiro se aprofundar nesses fundamentos e, em seguida, retornar a esta leitura para aproveitar melhor as reflexões e abordagens apresentadas aqui.

Agora, se você já é um profissional experiente, crítico e exposto às limitações dos modelos tradicionais de personas sintéticas, seja bem-vindo(a) ao *White Paper* de Personas Sintéticas da NTT DATA + Galaxies e boa leitura!

2

A falha estrutural dos métodos tradicionais em ambientes digitais complexos

Durante décadas, modelos de decisão foram concebidos para operar em ambientes relativamente estáveis, nos quais o comportamento dos consumidores evoluía de forma gradual e os ciclos de produto permitiam tempo para análise e ajuste. Nesse contexto, investigar, sintetizar, decidir e executar eram etapas sequenciais, sustentadas por janelas suficientes para validação e aprendizado.

Esse desenho permanece metodologicamente consistente. Plataformas como CDPs (Customer Data Platforms) e motores de personalização reduziram significativamente o tempo entre execução e ajuste, permitindo respostas mais rápidas ao comportamento observado. No entanto, essas ferramentas ainda operam predominantemente no domínio da reação, otimizando decisões a partir de padrões já manifestados, mas com capacidade limitada de modelar, simular ou antecipar comportamentos em cenários não observados.

Quando o digital deixa de ser canal e vira produto

Por muito tempo, o digital foi tratado como meio de distribuição, ponto de contato adicional ou camada de eficiência operacional. Hoje, essa lógica se inverteu.

Em grande parte dos negócios, o digital é o próprio produto.

Nesse contexto, a experiência do cliente se torna central. E, com isso, a natureza das decisões também muda: deixam de ser pontuais e passam a ser recorrentes, rápidas e estruturais. Ajustes de interface, fluxo, linguagem, algoritmo ou regra de negócio não são mais detalhes operacionais e passam a influenciar

o comportamento quase imediatamente, gerando efeitos cumulativos sobre os resultados.

Diante disso, o número de escolhas possíveis cresce em ritmo superior à capacidade das organizações de avaliá-las com profundidade, e as decisões, antes concentradas em marcos temporais, passam a se distribuir ao longo do cotidiano operacional.

Assim, a multiplicação de pontos de contato amplia a complexidade decisória a um nível que excede os limites cognitivos e operacionais tradicionais, fazendo com que as definições se acumulem antes que um novo ciclo completo de pesquisa possa ser conduzido.

Isso se traduz em:

- Múltiplas variações comportamentais do consumidor ocorrendo em paralelo;
- Necessidade de maior volume de decisões em intervalos menores de tempo;
- Necessidade de consistência entre diferentes canais, jornadas e experiências para criar o efeito 360°.

Nesse cenário, o problema não é a ausência de dados ou a fragilidade das ferramentas metodológicas, mas a conversão desses dados em decisão dentro de um ritmo para o qual o modelo original não foi desenhado.

Afinal, modelos investigativos permanecem relevantes, mas operam em uma cadência incompatível com a frequência e o nível de detalhamento que as decisões atuais exigem.

À medida que a necessidade de velocidade decisória aumenta, essa fragilidade deixa de ser detalhe metodológico e passa a ser risco estrutural. Quando o ambiente exige variação, simulação e ajuste contínuo, a arquitetura decisória precisa evoluir para acompanhar essa dinâmica.

É dessa problemática entre velocidade e estrutura que emerge a necessidade de uma camada intermediária, capaz de ampliar o espaço decisório com mais elasticidade e controle, tornando o uso das personas sintéticas uma valiosa solução para esse conflito.

A simplificação comportamental

Em ambientes com milhares de clientes e múltiplos canais, o comportamento se torna complexo demais para modelos tradicionais de pesquisa, como as qualitativas (entrevistas em profundidade e *focus groups*) e quantitativas, que utilizam pessoas reais para apoiar decisões em escala. Esses formatos de investigação continuam relevantes, mas operam com ciclos longos, de alto custo e baixa capacidade de simulação.

Para tornar a análise viável, organizações precisam recorrer à simplificação. Segmentações, *clusters* e personas tradicionais organizam a complexidade em modelos compreensíveis.

Além disso, o uso de personas tradicionais, geralmente construídas a partir da observação de dados sobre os consumidores, ajuda a alinhar conversas internas e sintetizar aprendizados de pesquisa. No entanto, essas representações tendem a comprimir uma diversidade comportamental ampla em perfis estáveis, com pouca rastreabilidade entre os dados que as originaram e as decisões que passaram a orientar. Ou seja, torna-se difícil identificar quais variáveis ou evidências sustentam cada atributo da persona e como esses elementos influenciam realmente as escolhas feitas a partir dela.

Mesmo em organizações com alta maturidade analítica, esse padrão se repete: segmentações estatísticas (*clusters*) e suas traduções em personas são úteis para organizar o pensamento, mas raramente são estruturadas como modelos comportamentais escaláveis, capazes de explorar cenários variáveis de decisão.

Ainda, nos últimos anos, esse processo evoluiu com o uso de algoritmos de segmentação dinâmica, que classificam indivíduos continuamente a partir de seu comportamento digital, como navegação, consumo de conteúdo, histórico de compras e interações em tempo real. Plataformas digitais, por exemplo, passaram a associar um mesmo usuário a múltiplos perfis simultâneos, ajustando ofertas, conteúdos e comunicações conforme sinais recentes de comportamento.

Essa metodologia é funcional; no entanto, exige tempo, investimento e mobilização recorrente de equipes e participantes para ser construída e atualizada.

Esse avanço amplia a capacidade de personalização e ativação, mas não elimina a lógica de simplificação. Mesmo com centenas de segmentações dinâmicas, o modelo continua operando como um sistema de classificação: organiza indivíduos em grupos com base em similaridade, mas não estrutura essas diferenças como modelos comportamentais capazes de simular decisões ou explorar cenários alternativos.

Ou seja, um grande número de indivíduos, com contextos distintos e padrões dinâmicos, acaba representado por um número reduzido de arquétipos relativamente estáveis. A redução facilita a tomada de decisão, mas diminui a sensibilidade a variações, transições e sinais emergentes.

Quando o ambiente evolui mais rápido do que o modelo, escolhas continuam sendo tomadas, porém, com base em uma representação progressivamente menos aderente ao comportamento real.

A distância entre dado e decisão

Outro ponto crítico está no percurso entre o dado e a decisão. Em muitas organizações, o dado bruto passa por sucessivas camadas de transformação até se tornar uma recomendação estratégica. Ele é tratado, agrupado, modelado, sintetizado e, por fim, traduzido em orientação executiva. Cada uma dessas etapas envolve escolhas: quais variáveis entram, quais ficam de fora, quais pesos são atribuídos e quais hipóteses são assumidas como válidas.

Um desafio desses modelos é que, frequentemente, os critérios adotados ao longo do processo deixam de ser explicitados. Entre o dado original e a decisão final, nem sempre está claro quais premissas sustentaram o modelo, quais margens de erro foram consideradas aceitáveis, quais atributos foram descartados, quando o modelo foi revisado pela última vez ou até que ponto ele ainda representa o contexto atual.

Sem essas informações, o modelo continua operando, mas com validade incerta. Ele não deixa de ser útil, mas passa a ser menos sensível às mudanças que pretende explicar ou testar.



3

O que diferencia personas sintéticas de personas convencionais, *clusters* e modelos genéricos

O termo “persona sintética” costuma ser confundido com perfis gerados por outras metodologias, muitas vezes baseadas em padrões amplos, sem vínculo com dados específicos ou sem critérios claros de validação.

É importante ressaltar que o fato de um perfil assumir a forma de uma persona não o transforma, por si só, em uma persona sintética.

Enquanto esses perfis são construídos a partir de inferências genéricas, **personas sintéticas partem de dados de pessoas reais**. Elas emergem da combinação entre dados quantitativos e qualitativos estruturados, da identificação de agrupamentos comportamentais e de processos explícitos de validação, calibração e atualização contínua.

Entenda a diferença entre os modelos de personas disponíveis.

Personas convencionais: representação e alinhamento

Ao falar em persona convencional, faz-se referência àquele artefato clássico de pesquisa e design: um perfil narrativo que sintetiza um tipo de usuário ou cliente para orientar a concepção de um produto, serviço, jornada ou comunicação. É a persona que costuma ganhar nome, rosto, contexto, objetivos, dores e comportamentos típicos, servindo como referência compartilhada para times de negócio, design, marketing e produto.

Ela nasce da síntese de pesquisas qualitativas e quantitativas e cumpre, sobretudo, um papel de representação e alinhamento. Sua função é organizar aprendizados em uma forma compreensível, criar empatia e oferecer uma linguagem comum para debater o público dentro da organização. Na prática, é

um material que ajuda a pensar em uma solução momentânea e auxilia no alinhamento do time, evitando que o usuário vire uma abstração genérica.

Seu limite não está na falta de utilidade, mas na natureza do que entrega. Mesmo quando bem fundamentada, continua sendo uma representação descritiva de padrões observados. Ela ajuda a interpretar comportamento, mas não interage, não responde a estímulos e não acompanha, por si só, a evolução do contexto.

Em muitas organizações, as personas convencionais cumprem bem seu papel na fase de concepção, mas, depois, permanecem como referência estática, sem participar diretamente da operação cotidiana ou da simulação de novas decisões

Clusters e segmentações

Clusters e segmentações trabalham com outra lógica, mais comumente utilizada em pesquisa de mercado. Ao invés de criar uma narrativa sobre um usuário específico, eles organizam grandes volumes de dados para demonstrar padrões recorrentes e separar grupos com comportamento ou perfil semelhantes.

Em outras palavras, formam agrupamentos estatísticos a partir de semelhanças observáveis entre pessoas da base de dados. Seu papel está em organizar padrões de comportamento e permitir a segmentação para análises e ações.

Na prática, estes modelos têm valor direto em plataformas de dados de clientes (CDPs), motores de decisão e ferramentas de personalização. Permitem classificar, priorizar e ativar audiências, orientar ofertas, modular jornadas e aplicar regras de segmentação com precisão analítica.

Sua força está na capacidade analítica e operacional. Ainda assim, mesmo quando atualizados continuamente com dados do mundo real, *clusters* continuam

sendo estruturas usadas para segmentação, *targeting* e ativação. Eles classificam indivíduos e ajudam a decidir sobre grupos, mas não respondem a estímulos, não simulam decisões e não exploram, por si só, cenários hipotéticos. Em outras palavras, organizam o comportamento observado, mas não permitem operá-lo.

Personas pseudo-factuais geradas por IA: plausibilidade sem lastro suficiente

As personas pseudo-factuais surgem quando um time utiliza um LLM de uso geral para gerar, sob demanda, um perfil de usuário ou consumidor. O resultado costuma ser uma narrativa fluida, com dores, motivações, objeções e hábitos que fazem sentido já na primeira leitura, atendendo a situações hipotéticas rápidas.

Elas são muito utilizadas em situações em que um time reúne sinais sobre um determinado público (a partir de leituras internas, *feedbacks* de atendimento, percepções comerciais, resultados preliminares e dados) para solicitar a um LLM, como o ChatGPT, que estruture uma persona baseada nas informações disponíveis. O modelo devolve um perfil convincente e aparentemente acionável. O problema não está no uso desse recurso para explorar possibilidades, mas quando esse perfil, que não foi medido, testado e/ou validado, passa a orientar decisões de maior impacto.

É nesse ponto que a plausibilidade se transforma em risco. Como o perfil não nasceu de uma base empírica delimitada nem de regras claras de composição e escopo, ele tende a transmitir mais confiança do que sustenta. Na prática, isso se manifesta em padrões recorrentes: detalhes convincentes sem lastro factual, reprodução de vieses do material que o treinou, tendência de seguir o enquadramento do *prompt*, instabilidade na resposta quando a pergunta é reformulada e convergência para respostas medianas ou excessivamente agradáveis.

Isso não invalida o recurso. Ele é útil para ideação, abertura de hipóteses e ampliação de repertório. O *trade-off* é claro: ganha-se velocidade, mas perde-se ancoragem, comparabilidade, segurança e governança.



Personas sintéticas: modelo comportamental operável

Personas sintéticas pertencem a outra categoria. Elas não nascem de improvisação narrativa, mas de um processo estruturado, com coleta de informações reais robustas, combinação entre dados quantitativos e qualitativos, identificação de agrupamentos estáveis, validação com nova amostra e recalibragem periódica. Não são inventadas como personagens plausíveis, mas sim derivadas de padrões observáveis de pessoas reais.

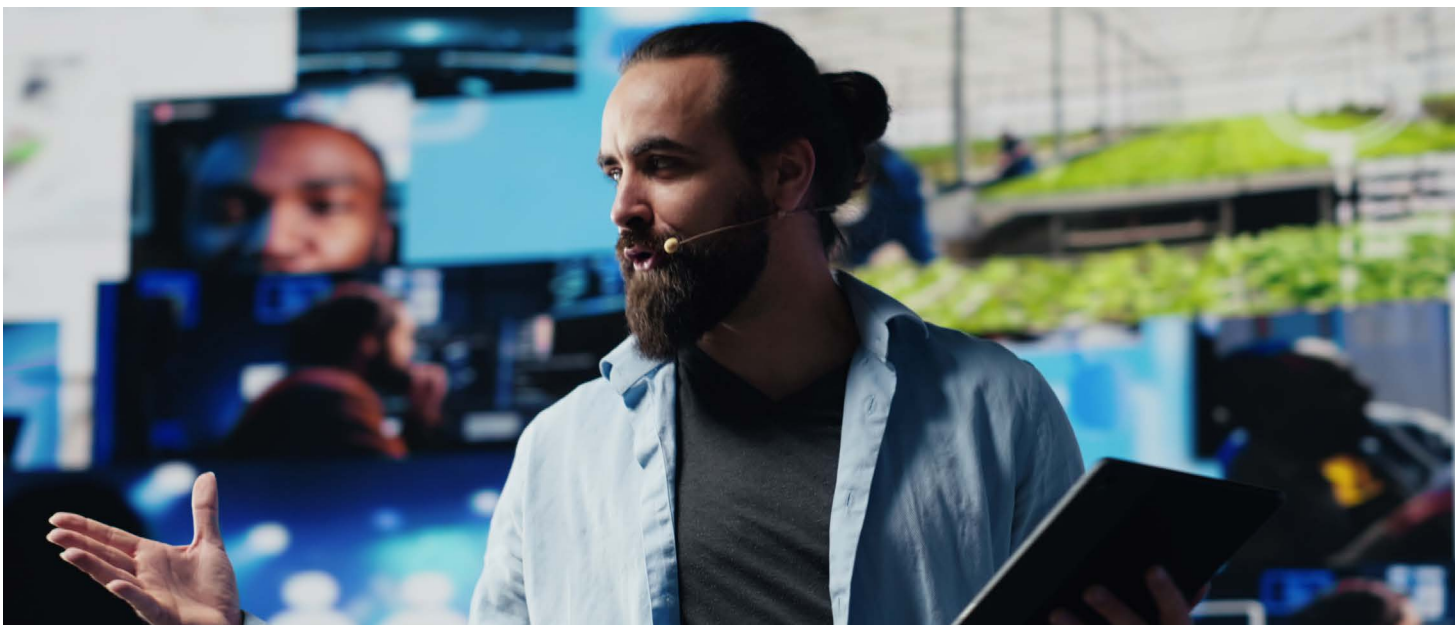
Elas ganham destaque na camada da simulação comportamental e decisória. Na prática, vivem como unidades simuláveis dentro de um modelo ou plataforma. Podem ser interrogadas sob diferentes condições, comparar alternativas, avaliar mensagens, ofertas e jornadas, simular navegação e resposta a estímulos e, dependendo da arquitetura, manter memória de contexto e interagir com outros agentes ou personas dentro de um escopo definido.

Essas possibilidades alteram a forma como decisões são construídas. Personas sintéticas permitem testar hipóteses antes da execução, comparar cenários e antecipar possíveis efeitos de mudanças em oferta, canal, jornada, mensagem ou regra.

Para que essa estrutura de persona funcione como ferramenta operável, o modelo precisa ser mensurável. Os dados de entrada devem ser estruturados, o escopo de resposta bem definido e a aderência ao comportamento real verificada por critérios explícitos de assertividade.

É nesse ponto que as diferenças entre abordagens se tornam claras. Personas convencionais ajudam a representar, *clusters* ajudam a estruturar e ativar e personas pseudo-factuais ajudam a explorar, enquanto personas sintéticas, quando bem construídas, validadas e governadas, permitem simular comportamento de forma comparável e operável dentro de um escopo definido.

Isso não elimina a necessidade de usuários e dados reais. Mas desloca parte relevante do aprendizado para antes da execução, reduzindo riscos e ampliando o espaço de decisão com mais disciplina do que mera plausibilidade.



4

Como construir e governar um portfólio de personas sintéticas

Para que personas sintéticas funcionem como uma infraestrutura decisória, sua construção não pode ser improvisada. Diferentemente de narrativas ilustrativas ou perfis gerados sob demanda, esses modelos exigem escopo claro, base informacional consistente, critérios explícitos de modelagem, validação contínua e disciplina de governança.

Seu valor não está apenas na capacidade de produzir respostas plausíveis, mas em sustentar comparações úteis entre cenários, hipóteses e alternativas de decisão. Por isso, este capítulo não trata de como escrever boas personas, nem de como extrair respostas interessantes de um modelo generativo. O foco aqui é estrutural: o que precisa existir para que um portfólio seja confiável o suficiente para apoiar escolhas reais.

O ponto de partida é o domínio decisório

A construção de um portfólio de personas sintéticas não começa pela tecnologia, mas pela definição do problema de decisão que a organização pretende investigar. Em muitos projetos, a primeira preocupação recai sobre o número de personas, os dados disponíveis ou a ferramenta que será utilizada. Esses elementos importam, mas devem vir depois. Antes, é necessário delimitar o domínio em que o portfólio deverá operar com validade.

Em qualquer sistema de simulação, um modelo só pode ser considerado confiável dentro das condições para as quais foi construído, calibrado e avaliado.

Com personas sintéticas, o princípio é o mesmo. Antes de perguntar quem são essas personas, a organização precisa responder quais decisões, hipóteses ou exercícios elas deverão sustentar.

Esse recorte define o que o portfólio pode apoiar e o que deve permanecer fora de escopo. Na prática, isso envolve pelo menos quatro definições:



em que setor ou categoria a simulação será usada;



que tipo de teste será realizado;



em que contexto a interação ocorrerá;



que tipo de decisão se quer informar a partir dali.

Uma persona construída para simular reação a campanhas em varejo, por exemplo, não deveria ser tratada como base válida para avaliar uma jornada de relacionamento em serviços financeiros apenas porque consegue responder de forma plausível e utiliza uma linguagem natural. O problema não está na fluidez da resposta, mas no uso que se faz dela.

Essa delimitação de escopo importa porque reduz o risco de tratar como *insight* sobre pessoas algo que, na prática, pode refletir apenas a lógica interna do modelo. Ou seja, o domínio decisório deve definir três pontos:



que tipo de problema esse portfólio ajudará a ler;



que tipo de pergunta ele poderá responder com utilidade;



o que ele não deve prometer.

Estrutura informacional antes da geração

Definido o domínio, surge a etapa menos visível e, em muitos casos, a mais importante: organizar a base que sustentará o portfólio.

Personas sintéticas não devem nascer de um *prompt* “inspirado”, mas sim de uma arquitetura informacional capaz de distinguir o que foi observado, o que está sendo inferido e o que não pode ser afirmado com segurança.

É nessa etapa que o projeto tem o potencial de ganhar ou perder densidade analítica. Quando a base é rasa, a persona tende a soar genérica mesmo quando está bem escrita. Já quando é robusta, começam a aparecer tensões mais úteis para sua validação final: contradições entre intenção e ação, sensibilidade a contexto, restrições práticas e mudanças de escolha diante de estímulos muito parecidos.



Também é aqui que é preciso realizar uma avaliação da estrutura a ser utilizada antes de seguir:

- 1 Essa base tem granularidade suficiente para sustentar diferenças de comportamento?
- 2 Os atributos disponíveis ajudam a descrever perfis ou explicam padrões de decisão?
- 3 Há histórico suficiente para representar variações ao longo do tempo?
- 4 E as premissas usadas para transformar o dado bruto em insumo de modelagem estão explícitas?

Essas perguntas evitam que o projeto avance a partir de uma matéria-prima frágil.

Fontes e comparabilidade

Essa estrutura costuma combinar materiais de naturezas diferentes: verbatins, sinais de navegação, pesquisas, históricos transacionais, dados demográficos, contexto regional, repertório digital, padrões de uso e dados externos. Nada disso é alimentado automaticamente, e tudo precisa ser tratado dentro de uma lógica comum, com critérios de comparabilidade.

Em alguns casos, relatos de pessoas reais são analisados para identificar características recorrentes, e as narrativas só avançam quando as respostas das personas sintéticas permanecem compatíveis com esse conjunto. Essa camada ainda não produz a persona, mas transforma matéria-prima dispersa em insumo mais consistente para modelagem.

Cobertura e suficiência da base

É importante notar que o volume de dados não resolve tudo. Uma base de dados grande pode ser útil para descrição e insuficiente para simulação, enquanto uma pequena pode ser rica em nuance e, ao mesmo tempo, limitada para calibrar a composição de público. Fontes amplas ajudam a desenhar o universo modelado; microdados ajudam a captar variações finas de decisão. Uma camada não substitui a outra.

Há ainda um tipo de limitação menos óbvia do modelo: mesmo quando a base é ampla, ela pode deixar de fora um perfil crítico para o problema analisado. Nesses casos, o mais responsável não é preencher a lacuna com ficção, mas tratá-la como hipótese metodológica explícita. Em vez de mascarar a ausência, o projeto a torna visível e testa como ela altera a leitura do cenário.

A pergunta decisiva nesta etapa não é quantos dados existem, mas o que essa base realmente permite afirmar. Quando essa pergunta não é feita com rigor, o projeto pode avançar com aparência de precisão, sem que esteja claro se está descrevendo comportamento, repetindo correlações frágeis ou preenchendo lacunas com linguagem convincente.



Composição do portfólio: perfis, granularidade e atributos

Com a base estruturada, o trabalho muda de natureza. Não se trata de reunir material, mas de decidir como o portfólio de personas sintéticas será composto.

Esse ponto costuma ser mais delicado do que parece. Há uma tendência recorrente de tratar a composição do portfólio como um problema matemático: encontrar o número adequado de personas, organizar *clusters* coesos e distribuir atributos de forma elegante. No entanto, o objetivo de um portfólio não é parecer elegante, mas sim preservar diferenças que alteram a leitura de um cenário.

Por isso, a pergunta relevante não é apenas quantas personas podem ser geradas, mas quantas diferenças comportamentais valem a pena preservar para apoiar a decisão.



Granularidade e variação controlada

Em muitos casos, o ganho não está em multiplicar perfis, mas em evitar que variações importantes sejam absorvidas por uma segmentação excessivamente agregada. Em outros, ocorre o inverso: uma proliferação de microperfis que parece sofisticada, mas dificulta a leitura operacional. Granularidade, aqui, é menos uma questão de quantidade e mais uma escolha sobre qual contraste faz sentido manter.

Há também abordagens em que essa nuance é explorada sem transformar cada variação em uma nova persona completa. Em vez disso, parte-se de um perfil-base e se alteram, de forma controlada, alguns atributos mutáveis, como faixa etária, localização, fatores de compra ou repertório de decisão, para observar até que ponto essas mudanças deslocam padrões de reação.

O ganho desse tipo de abordagem está em explorar contrastes com mais economia, sem perder a coerência estrutural do perfil e sem inflar o portfólio de maneira artificial.

Critérios para definição de atributos

Um portfólio confiável não é o que reúne o maior número de traços possíveis. É o que separa, com disciplina, aquilo que é estrutural daquilo que apenas adorna a narrativa.

Há atributos que ajudam a situar o perfil, como contexto, estágio de vida, renda, repertório e ambiente de decisão, enquanto outros ajudam a antecipar comportamentos, como hábitos de uso, padrões de escolha, sensibilidades recorrentes, formas de aversão e critérios práticos de comparação.

Existem, ainda, dimensões mais interpretativas, como confiança, tolerância a risco, necessidade de autonomia e dependência de validação externa, que podem ser úteis, desde que não entrem como licença para inventar uma psicologia de personagem.

A definição desses atributos pode partir do trabalho prévio de organização e síntese, e não apenas do mapeamento manual integral. O ponto, aqui, não é automatizar a interpretação, mas transformar recorrências observadas em critérios mais claros de composição do portfólio.

Outro critério útil é distinguir atributo abundante de variável realmente segmentadora. Nem toda informação disponível ajuda a separar perfis de forma relevante. Uma variável é útil quando revela diferenças consistentes de comportamento, percepção ou intenção, não quando apenas redistribui a base de maneira elegante. Quando a escolha dos atributos é mal feita, surgem agrupamentos artificiais, personas pouco aderentes e uma sensação de precisão que não se sustenta na simulação.

Ou seja, o problema nessa etapa surge quando observação, inferência e estereótipo passam a circular com o mesmo peso.

Limites do excesso de atributos

Um atributo útil torna a persona mais rica em detalhes e ajuda a explicar como ela reage às situações, sem sobrecarregar o modelo com informações periféricas.

Modelos de linguagem nem sempre utilizam bem contextos longos, e o simples aumento desse tipo de estrutura pode degradar o desempenho. Em termos práticos, isso significa que uma persona excessivamente carregada de atributos não necessariamente fica melhor: ela pode consumir mais contexto, diluir o que é relevante e aumentar a chance de respostas genéricas, inconsistentes ou apoiadas em traços pouco sustentados.

Se um traço não altera a escolha, não explica a objeção, não muda a sensibilidade ao contexto e não ajuda a diferenciar um perfil de outro, talvez ele não deva ocupar lugar central no modelo. Sendo assim, um bom portfólio não é o que parece mais cheio, mas o que preserva as diferenças mais relevantes para análise.



Da modelagem à simulação

Só depois das definições anteriores é que a geração das personas passa a fazer sentido.

Neste estágio, os padrões identificados deixam de existir apenas como estrutura analítica e passam a operar como modelos comportamentais em ambiente de simulação. É aqui que a IA generativa entra como camada de interação, como um mecanismo que permite colocar esses perfis em operação.

Porém, simular neste ambiente não se resume apenas a conversar com a persona. São necessárias condições mínimas para que a resposta seja comparável com outras respostas e útil para a leitura.

Delimitação do cenário

A simulação depende tanto do perfil das personas quanto do desenho da interação. Cenários, estímulos, ordem de apresentação, restrições, contexto e tarefa precisam fazer sentido dentro do domínio definido inicialmente. Quando esse desenho não é bem delineado, a resposta tende a escorregar para um comportamento genérico do modelo. Já quando ele é feito de forma clara, torna-se possível observar padrões mais consistentes.

Ainda, nem toda operação precisa ter o mesmo formato de uso. Em alguns casos, para testá-la, basta expor perfis diferentes ao mesmo estímulo e observar onde eles convergem ou divergem. Em outros, é necessário comparar alternativas de mensagem, oferta ou posicionamento. Há também situações em que a simulação se aproxima de uma jornada, com sequência de escolhas, pontos de fricção e necessidade de avançar por etapas. O importante não é a sofisticação técnica do ambiente, mas a qualidade do contraste que ele torna visível e a volumetria estatística para avaliação dos resultados.



Validação e consistência

Para que o portfólio de personas sintéticas seja tratado como instrumento de decisão, utilizado em exercícios estratégicos, quatro perguntas devem nortear a validação final:

1 Ele pode responder ao domínio?

Antes do teste principal, a persona sintética passa por uma checagem breve de entrada. Se vai participar, por exemplo, de um exercício sobre contratação de um serviço financeiro, precisa demonstrar repertório mínimo para reagir a temas, como comparação entre alternativas, sensibilidade a taxas, confiança na instituição e preferência por canais de atendimento.

Respostas excessivamente genéricas, contraditórias ou apoiadas em experiências sem ancoragem mínima na base indicam que aquela persona ainda não está pronta para esse domínio.

2 Ele permanece fiel ao perfil que a originou?

A persona sintética precisa responder de forma compatível com sua origem, com atributos e fatos explícitos da base. Se os dados indicam, por exemplo, determinadas condições familiares, hábitos de uso ou padrões de escolha, espera-se que essas características reapareçam de maneira aderente nas respostas.

É nessa camada que hoje se concentra a principal medida de assertividade, com resultados médios entre 83% e 95% e patamar mínimo aceitável acima de 80%.

3 Ele mantém a mesma lógica quando o problema é o mesmo?

A persona sintética precisa manter coerência no critério de decisão. A reapresentação da mesma questão, ou a formulação de uma equivalente, não deve deslocar a lógica da resposta sem razão suficiente.

Em alguns testes, a alternância entre escolhas não revela erro, mas uma bifurcação decisória consistente: o perfil oscila entre critérios distintos, mas recorrentes, que fazem sentido para sua forma de decidir. Nesses casos, o que importa não é apenas a troca de resposta, mas a permanência da tensão entre os mesmos critérios de escolha.

4 Ele continua diferente das demais personas do portfólio?

Perfis distintos devem continuar produzindo diferenças relevantes diante do mesmo estímulo. Algum grau de homogeneidade de escrita é esperado, já que diferentes personas sintéticas podem compartilhar o mesmo “sotaque” do modelo de linguagem.

Por isso, a distinção entre perfis não deve ser avaliada apenas pelo estilo textual, mas principalmente pelo conteúdo, pelos critérios de decisão e pela forma de justificar escolhas. A similaridade de escrita funciona, aqui, como um indicador complementar: ela ajuda a sinalizar excesso de convergência, mas não substitui a análise da diferença real entre os perfis.

O ponto crítico é outro: se o leitor já não consegue perceber com clareza por que duas personas chegaram a respostas diferentes, ou se o contraste entre elas se dissolve sob a mesma lógica de resposta, a utilidade analítica do portfólio começa a se enfraquecer.

Em alguns contextos, essas quatro verificações podem ser acompanhadas por indicadores mais específicos, como taxa de contradição, estabilidade em reteste ou similaridade excessiva entre respostas. O princípio, porém, continua sendo: **uma persona só deveria entrar no processo decisório quando demonstra base mínima para o domínio, aderência ao perfil, estabilidade de resposta e utilidade comparativa dentro do conjunto.**

Governança contínua

Para manter a confiabilidade do modelo ao longo do tempo, é necessário estruturar a governança do portfólio de personas sintéticas em um processo que envolve análises contínuas de documentação e atualização.

Afinal, a validação não ocorre apenas no final do processo. Ao longo da construção do portfólio, diferentes modelos são comparados, metodologias são definidas, métricas de segmentação são registradas e as personas, selecionadas. Esse processo evita que o modelo opere como uma estrutura opaca e reforça sua rastreabilidade.

Rastreabilidade e memória do portfólio

A governança não deve começar apenas quando o modelo é colocado em produção. Ela tem seu início na forma como o portfólio é documentado, versionado, revisto e conectado a outras fontes da organização.

Na prática, isso pede uma camada mínima de memória do sistema: critérios de composição dos perfis, origem das fontes, regras de derivação de atributos, métricas de validação, limites de uso e histórico de revisão. Sem isso, o portfólio pode continuar funcionando, mas perde auditabilidade. E, assim, perde também parte importante da sua credibilidade.

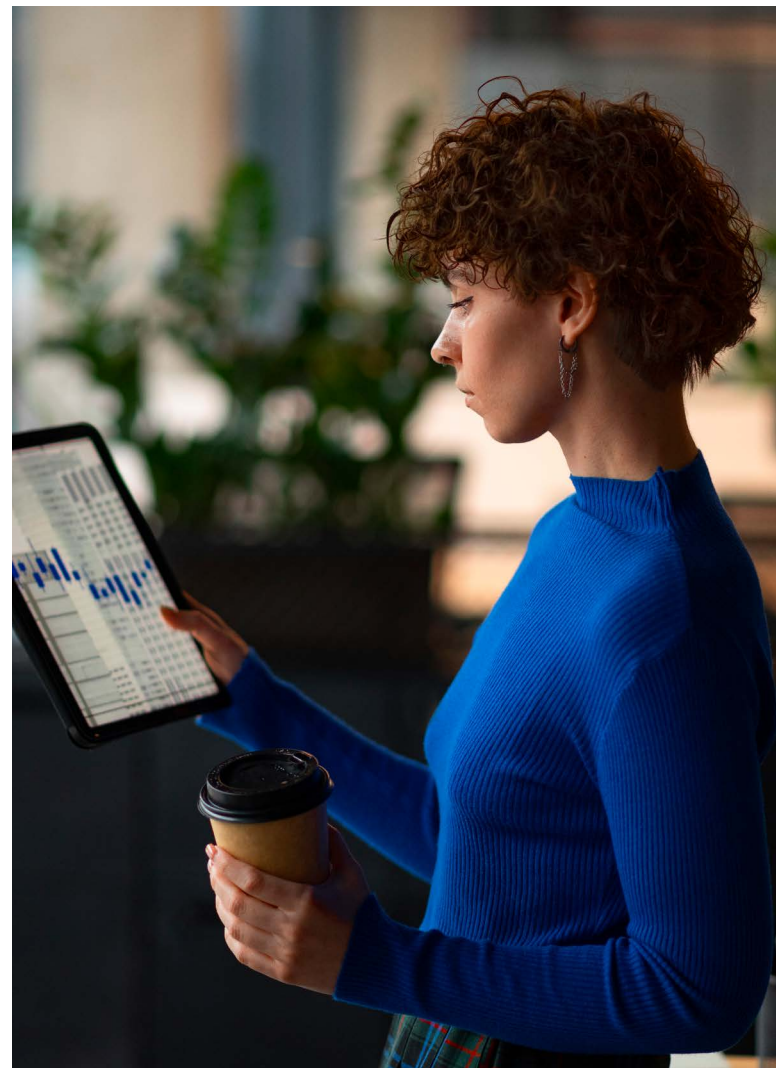
Atualizações da persona sintética

Há também o desgaste do tempo. Comportamentos mudam, contextos se reorganizam e critérios de decisão se deslocam. Uma persona sintética que fazia sentido há alguns meses pode continuar respondendo bem e, ainda assim, estar menos aderente ao problema atual.

A atualização, então, não deve ser uma exceção, mas uma parte do ciclo.

Em alguns casos, bastará recalibrar atributos, revisar fontes ou ajustar o domínio de uso. Em outros, será necessário consolidar, substituir ou descontinuar perfis que deixaram de sustentar um contraste útil para a decisão.

Também é parte da governança reconhecer que a confiabilidade do portfólio não é uniforme. Há temas, estímulos e contextos em que certas personas respondem com mais consistência do que em outros. Tornar essa diferença visível ajuda a impedir que o modelo seja tratado como igualmente confiável em qualquer situação apenas porque foi validado uma vez.



5

Pontos de atenção e condições de uso

Personas sintéticas são uma ferramenta poderosa para ampliar repertórios, testar hipóteses e apoiar decisões com mais agilidade. Ao traduzir dados em perfis acionáveis, ajudam a tornar o abstrato mais tangível no dia a dia estratégico.

Entretanto, como qualquer modelo, carregam limitações: dependem das fontes, dos recortes e das escolhas feitas em sua construção. Reconhecer essas condições não diminui seu valor. Pelo contrário: é o que permite utilizá-las com mais consciência e precisão.

Limites operacionais e condições de confiança

Os limites do uso de personas sintéticas não aparecem apenas no fim.

Eles estão distribuídos em toda a sua arquitetura:

- O domínio decisório define onde o portfólio pode operar com validade;
- A base informacional define o que ele realmente consegue sustentar;
- A composição dos perfis separa a diferença relevante do detalhe ornamental;
- O desenho do teste determina se a resposta será comparável ou apenas convincente;
- A validação e a governança contínua preservam ou degradam essa confiança ao longo do tempo.

Por isso, a consistência do portfólio não depende da fluidez isolada de uma resposta, mas do alinhamento entre essas camadas. Quando elas se mantêm coerentes, a simulação ganha utilidade operacional. Quando se soltam umas das outras, o sistema pode continuar funcionando na superfície e, ainda assim, perder força como instrumento de decisão.

Em termos práticos, um portfólio só deveria entrar em processos decisórios quando quatro condições estiverem visíveis:

- Escopo claro de uso;
- Base suficiente para o problema analisado;
- Testes comparáveis;
- Memória de revisão ao longo do tempo

Sem isso, a simulação ainda pode servir para exploração preliminar. O que ela não deveria reivindicar é autoridade analítica que já não consegue sustentar.

Viés: condição de origem, não exceção

Todo conjunto de dados é um recorte do mundo, não sua representação completa. Ter viés faz parte do processo. O problema não é a existência do viés, mas sim o fato de o operador não saber onde ele está, que peso ele tem e quando ele começa a distorcer o uso analítico do modelo.

Na prática, quase todo projeto começa com algum grau de parcialidade de seleção ou de sobrevivência: trabalha-se com quem já acessou uma plataforma, respondeu a uma pesquisa, aceitou uma entrevista, apareceu em uma base de enriquecimento ou foi capturado pelos canais disponíveis. Isso não invalida automaticamente o projeto, mas precisa ser reconhecido como um limite estrutural da base. Sem esse reconhecimento, o modelo tende a tratar como universo o que é apenas a parcela visível dele.

Além desse ponto de origem, os vieses costumam aparecer em pelo menos três planos:



Estatístico: quando a cobertura é desigual, a precisão se concentra em parte do universo ou certos perfis ficam sub-representados na base;



Social e ético: quando padrões históricos, proxies ou formas de representação reforçam desigualdades já existentes;



Projetual: quando o próprio objetivo do modelo define o recorte, o que será medido e quais distorções são toleradas ou invisibilizadas.

Também é útil separar o limite consciente do viés problemático. Há recortes de escopo que podem ser aceitáveis se forem explícitos e coerentes com o objetivo do projeto. O problema se estabelece quando o viés contradiz o objetivo declarado, compromete a leitura do fenômeno ou reforça distorções relevantes sem ser reconhecido.

Limitação das vivências pessoais

Há dimensões do comportamento que não dependem apenas de padrão observável, mas também da experiência incorporada. Sensações físicas, memória afetiva, experiências pessoais, repertório biográfico e contextos subjetivos complexos nem sempre podem ser sustentados de forma robusta apenas por dados estruturados ou descrições agregadas.

Nesses casos, o modelo pode produzir uma fala plausível sobre gosto, nostalgia, vínculo emocional, desconforto ou preferência, mas isso não significa que exista ancoragem suficiente para tratar essa resposta como equivalente à experiência de uma pessoa real. O texto pode soar correto e, ainda assim, operar em uma camada superficial do fenômeno.

Plausibilidade textual não garante profundidade analítica

Um dos riscos mais recorrentes no uso de personas sintéticas é confundir fluidez com validade. Respostas bem formuladas transmitem segurança, mas segurança textual não equivale, por si só, à profundidade analítica.

Uma resposta bem formulada por uma IA pode produzir a “sensação de inteligência”, mesmo quando revela pouco sobre o problema analisado. Ou seja, nem sempre uma resposta bem estruturada espelha a verdadeira opinião da persona sintética. Para isso, ela precisa ter sido bem construída e, assim, passa a ter valor, fomentando um ambiente de teste que permitirá produzir contrastes, comparações e leituras de diferença.

O inverso também acontece: pequenas oscilações entre respostas podem parecer erro quando, na verdade, revelam ambivalência real do perfil, sensibilidade ao estímulo ou bifurcações plausíveis de decisão.

Por isso, a leitura dos resultados não deve se apoiar apenas na superfície do texto. O que importa é se o sistema preserva contraste entre perfis, coerência decisória, aderência ao escopo e estabilidade suficiente sob condições comparáveis.



Quando a simulação vira atalho

Resultados sintéticos são mais úteis como hipótese estruturada do que como veredito sobre pessoas. O problema começa quando a organização encurta esse caminho e passa a tratar a resposta da simulação como se ela encerrasse o resultado do problema inicial a ser investigado.

Diferenças frágeis de justificativa, oscilações pequenas de escolha ou padrões excessivamente sensíveis ao desenho do teste não deveriam ser promovidos diretamente à condição de *insight* estratégico. Quando isso acontece, a organização não elimina a incerteza, apenas a mascara em uma linguagem mais sofisticada.

Onde a simulação ajuda e onde ela precisa parar

Nem toda decisão precisa começar com uma pesquisa de campo; no entanto, ela também não deve terminar na simulação.

O lugar mais “fértil” das personas sintéticas está antes da consagração do *insight*: quando comparam caminhos, tensionam hipóteses, explicitam critérios de escolha e eliminam leituras frágeis antes que dinheiro, tempo e reputação já estejam comprometidos.

O limite aparece quando a organização tenta converter contraste exploratório em verdade sobre o comportamento e a opinião das pessoas. A simulação ajuda a organizar o problema, mas não o encerra. Quando o fenômeno depende de experiência vivida, alta ambiguidade, implicações sensíveis ou sustentação empírica insuficiente, o ganho não está em insistir mais no modelo, mas em saber quando parar de utilizá-lo.

O principal risco: falsa precisão

O maior perigo está na sensação de falsa segurança. Quando respostas sintéticas articuladas passam a circular como se fossem retratos fiéis do público, a organização pode trocar uma simplificação visível de dados por outra que seja apenas mais sofisticada, mais rápida e mais difícil de contestar.

Nesse cenário, o modelo deixa de funcionar como hipótese estruturada. Diferenças frágeis podem se tornar *insights* estratégicos, oscilações normais viram sinais fortes e interpretações pouco sustentadas ganham autoridade somente por terem sido produzidas por uma infraestrutura aparentemente avançada.

Isso se dá quando não existe uma delimitação clara de escopo, atributos, versão do modelo, critérios de validação, limites de uso e contexto do teste das personas sintéticas. Sem rastreabilidade, a falsa autoridade da simulação cresce mais rápido do que sua real confiabilidade.



6

Onde as personas sintéticas mudam decisões na prática

Personas sintéticas mudam decisões quando entram antes da execução. Seu valor não está em substituir usuários reais, mas em permitir que equipes comparem alternativas, exponham objeções, testem mensagens e localizem fricções antes que o custo do erro fique alto.

O ponto central, aqui, não é mostrar uma coleção de experimentos, mas explicitar em que tipos de decisão esse recurso altera a análise, amplia o contraste entre alternativas e reduz a cegueira prévia à implementação.

De recurso eventual à camada permanente de inteligência do consumidor

Hoje, em muitas organizações, personas sintéticas ainda entram como recurso eventual: um projeto de inovação, simulação de campanha, um estudo de jornada. A mudança começa quando deixam de ser acionadas apenas em momentos especiais e passam a funcionar como camada permanente de inteligência do consumidor.

Nesse cenário, o portfólio não serve apenas para produzir falas plausíveis. Ele passa a ser consultado antes de decisões relevantes e alimentado continuamente por sinais transacionais e comportamentais.

Afinal, o uso dessa ferramenta se torna ainda mais estratégico quando o portfólio não opera isolado.

Personas sintéticas tendem a ganhar valor quando conseguem dialogar com outras camadas da organização, como *analytics*, CRM, pesquisas, dados transacionais e métricas de jornada.

Quando abandono, conversão, cliques, passos médios e avaliações qualitativas do fluxo passam a compor esse circuito, a persona deixa de ser apenas um artefato narrativo e passa a participar de um sistema comparável de teste e aprendizado.

O efeito prático é direto: em vez de abrir cada debate quase do zero e esperar semanas por um novo ciclo de campo, a organização ganha uma camada de simulação disponível em horas.

É nesse contexto que essa tecnologia deixa de funcionar como recurso pontual e começa a operar como infraestrutura decisória.

Onde personas sintéticas podem ser utilizadas

Estratégia e posicionamento

Em decisões estratégicas mais amplas, como introdução de novos serviços, reposicionamento de ofertas ou mudanças na proposta de valor da marca, a compreensão do comportamento do consumidor se torna ainda mais crítica.

Personas sintéticas permitem explorar como diferentes perfis podem reagir a mudanças estruturais na oferta ou na forma como a marca se apresenta ao mercado. Com isso, equipes conseguem examinar possíveis tensões comportamentais, identificar perfis mais sensíveis a determinadas mudanças e antecipar pontos de resistência ou aceitação antes que a decisão seja consolidada. O ganho, nesse nível, está menos em validar uma peça específica e mais em qualificar a formulação estratégica.

Produto e inovação

No desenvolvimento de produtos, muitas decisões relevantes acontecem antes mesmo da implementação de uma funcionalidade. Equipes precisam definir prioridades, avaliar alternativas de design, ajustar fluxos de interação e decidir quais hipóteses merecem investimento.

Personas sintéticas ampliam a capacidade de examinar essas decisões ainda na fase de concepção. Ao simular como diferentes perfis tendem a reagir a variações de produto ou experiência, torna-se possível comparar caminhos, reduzir fricções potenciais e refinar soluções antes do lançamento.

O efeito prático é uma priorização mais eficiente, com menor dispersão de recursos e maior clareza sobre o que vale a pena avançar.

Jornadas e experiências

Mudanças em jornadas digitais ou processos de atendimento podem alterar de forma significativa a experiência do cliente. Ajustes na ordem das etapas, na forma de apresentar informações ou nas regras de interação influenciam compreensão, confiança e disposição para avançar.

Personas sintéticas ajudam a tornar visíveis essas diferenças antes da implementação, revelando fricções que nem sempre aparecem quando os dados estão agregados. Uma alteração que simplifica a experiência para um grupo pode, ao mesmo tempo, gerar dúvida ou resistência em outro. O valor, aqui, está em localizar onde a jornada quebra antes que o problema escale.

Comunicação e campanhas

A interpretação de mensagens é um dos aspectos mais sensíveis da relação entre marcas e consumidores. Pequenas variações de narrativa, tom, promessa ou contexto de exposição podem gerar percepções muito diferentes entre públicos distintos.

Personas sintéticas permitem examinar como diferentes perfis tendem a interpretar propostas de comunicação antes que campanhas sejam executadas. Isso ajuda equipes a identificarem ambiguidades, resistências ou interpretações inesperadas em mensagens que, à primeira vista, parecem claras internamente. Também permitem comparar alternativas de linguagem, posicionamento e direção criativa com mais precisão.

Simulação de comportamento em ecossistema

Há ainda um nível mais avançado de aplicação, em que o interesse não está apenas na reação de um perfil isolado, mas na forma como diferentes perfis interagem dentro de um sistema.

Nesse tipo de simulação, o foco deixa de ser apenas “o que esta pessoa diria” e passa a incluir, em testes de interação entre as personas, a propagação de percepção, formação de confiança, influência entre perfis e efeitos de segunda ordem ao longo do tempo.

Mesmo quando esse uso ainda não aparece com a mesma densidade de casos concretos, ele ajuda a demonstrar que o horizonte de aplicação das personas sintéticas vai além da avaliação pontual de uma peça, tela ou oferta.



Casos de aplicação

Os casos abaixo apresentam alguns contextos em que personas sintéticas já foram utilizadas para alterar a qualidade da decisão em situações distintas.

Aplicação prática no setor bancário

Em um projeto de lançamento de um novo produto financeiro, o uso de personas sintéticas permitiu validar diferentes hipóteses de proposta de valor e interação com o consumidor, orientando a definição do melhor caminho.

A simulação envolveu centenas de respondentes sintéticos para testar cenários e avaliar percepções antes da entrada no mercado.

Em menos de 48 horas, as equipes exploraram múltiplas alternativas, refinaram a proposta e anteciparam reações do público.

O processo reduziu significativamente o tempo e o custo das etapas iniciais de validação. Além disso, a testagem paralela de hipóteses trouxe maior clareza sobre os caminhos com melhor aderência comportamental, acelerando decisões, reduzindo riscos e concentrando esforços nas soluções com maior potencial de adoção.

Onde as personas sintéticas foram aplicadas:



Teste de conceito do produto com diferentes perfis comportamentais;



Avaliação de propostas de valor e variações de comunicação;



Simulação da jornada de *onboarding* digital, identificando pontos de abandono por perfil;



Teste de formatos de apresentação e posicionamento do produto.

O que foi possível analisar:

- Intenção de adoção e propensão de contratação por segmento;
- Percepção de risco e nível de confiança por arquétipo;
- Barreiras de entrada e objeções antes da exposição real ao mercado;
- Sensibilidade a benefícios, taxas e formatos de oferta;
- Preferências de canal e interação digital ou presencial.



Principais insights:

As simulações permitiram identificar, ainda na fase inicial, quais combinações de proposta de valor, comunicação e experiência geravam maior aderência entre os perfis analisados. O principal ganho ao utilizar personas foi antecipar reações do público e reduzir incertezas na definição do produto, aumentando a precisão das decisões estratégicas.

Resultados:

48h

para simulação e testes;

10,5x

mais rapidez no processo de validação e lançamento;

93%

de redução de custo em comparação com métodos tradicionais;

60x

mais feedbacks em ¼ do tempo previsto.

Aplicação prática na indústria alimentícia

Em um estudo para avaliar elementos de um produto da categoria de bens de consumo, o uso de personas sintéticas permitiu simular reações de consumidores a variações de embalagem, conceito visual e mensagens de posicionamento.

A simulação explorou como diferentes perfis reagem à percepção de modernidade, clareza visual, associação com a tradição da marca e impacto de *claims* na intenção de compra.

Por meio de dinâmicas semelhantes a *focus groups*, foi possível analisar percepções individuais e coletivas, identificando divergências entre consumidores que valorizam consistência e tradição e aqueles que buscam sinais mais claros de inovação.

O processo permitiu refinar elementos de design e comunicação antes de qualquer alteração real no produto, trazendo maior clareza sobre percepção de valor, entendimento da proposta e fatores que influenciam a preferência do consumidor.

Onde as personas sintéticas foram aplicadas:



Entrevistas em profundidade;


Testes de conceito em dinâmicas de *focus group*.

O que foi possível analisar:

- Reações emocionais dos consumidores em relação à marca;
- Percepção da embalagem e do design visual;
- Impacto de diferentes *claims* na intenção de compra;
- Avaliação da modernidade e da consistência da marca;
- Preferência entre variações de embalagem;
- Percepção do texto e das mensagens;
- Percepção de valor e confiança no produto.

Aplicação prática em telecomunicações

Na avaliação da jornada digital em aplicativo, o uso de personas sintéticas permitiu simular a percepção de diferentes perfis de consumidores em relação à comunicação e à navegação ao longo da experiência.

A simulação incluiu testes A/B de *banners* promocionais e avaliação da navegação da jornada dentro do app, possibilitando observar como diferentes perfis interpretavam as mensagens, quais elementos geravam maior interesse e onde surgiam dúvidas ou dificuldades. A combinação de análises qualitativas e quantitativas, com sete personas sintéticas e 88% de assertividade média, permitiu explorar cenários com profundidade e rapidez.

O processo revelou diferenças relevantes na interpretação de expressões, variações na percepção de valor entre formatos de oferta e oportunidades de simplificação da jornada. Também evidenciou maior insegurança em perfis menos familiarizados com ambientes digitais, permitindo ajustes antes de qualquer implementação real.

Principais *insights*:

O desafio não era “modernizar” integralmente, mas atualizar sinais visuais e *claims* sem romper a confiança construída ao longo do tempo. As simulações demonstraram que a marca avaliada era percebida como clássica, confiável e familiar, mais do que moderna. O principal ganho do uso das personas foi tornar explícita a tensão entre tradição, praticidade e atualização visual antes da mudança real no produto.

Onde as personas sintéticas foram aplicadas:



Testes de conceito em dinâmicas de *focus group*;



Testes de navegação da jornada digital;



Testes A/B de ofertas e mensagens.

O que foi possível analisar:

- Avaliação de campanhas ao longo da jornada digital;
- Percepção dos clientes e propensão de compra;
- Nível de conhecimento sobre o produto;
- Identificação de fricções na interface e na linguagem;
- Diferenças de comportamento entre perfis digitais e não digitais.

Principais *insights*:

As simulações demonstraram que benefícios mais explícitos têm melhor desempenho do que formulações genéricas, além de evidenciarem que, embora a jornada seja percebida como intuitiva e moderna, perfis menos digitalizados ainda associam o canal físico a maior segurança e controle. O principal ganho ao utilizar personas foi antecipar essas tensões e ajustar a comunicação e a experiência para diferentes níveis de maturidade digital.

Resultados:

88%

de assertividade média na construção das personas sintéticas;

3,8 contra **3,0** e
3,86 contra **2,86**

Melhor desempenho de mensagens com benefícios explícitos

4,29

de avaliação média para facilidade de uso da jornada digital.

Aplicação prática em varejo digital

Em um estudo para avaliar a efetividade da comunicação e a experiência de compra digital de um varejista, o uso de personas sintéticas permitiu simular a reação de consumidores a diferentes versões de *banners* e ao fluxo de compra com retirada rápida.

A simulação comparou variações de peças promocionais e testou a navegação ao longo da jornada, possibilitando identificar como os usuários percebiam a clareza da oferta e a facilidade do processo. A análise evidenciou diferenças relevantes na interpretação das mensagens e na experiência prática de compra, especialmente em cenários de urgência.

O processo permitiu identificar desalinhamentos entre a proposta de conveniência e a experiência real, além de apontar oportunidades de simplificação na interface e na jornada, antes de qualquer ajuste em ambiente real.

Onde as personas sintéticas foram aplicadas:



Testes comparativos de *banners* promocionais;



Simulação do fluxo de compra com retirada rápida;



Avaliação da jornada de navegação e *checkout*.

O que foi possível analisar:

- Clareza e atratividade das ofertas apresentadas;
- Preferência entre diferentes versões de comunicação;
- Percepção de conveniência em cenários de urgência;
- Identificação de fricções na navegação, nos filtros e no *checkout*;
- Clareza das informações sobre estoque e retirada por loja.



Principais *insights*:

As simulações demonstraram que *banners* com ofertas mais explícitas concentram maior aceitação, enquanto a retirada rápida é unanimemente preferida em situações de urgência. No entanto, o fluxo revelou excesso de informação visual, filtros pouco intuitivos, *checkout* complexo e baixa clareza sobre estoque e retirada na plataforma avaliada. O principal aprendizado ao utilizar personas foi evidenciar que a conveniência prometida e a conveniência percebida não são equivalentes, e que a experiência precisa sustentar a proposta.

Resultados:

Maior concentração de **notas 4 e 5** em *banners* com oferta mais explícita;

Preferência unânime pela **retirada rápida** em cenários de urgência.

Aplicação prática em mídia e publicidade

Em um estudo para otimização de campanhas publicitárias em ambiente de *broadcast*, o uso de personas sintéticas permitiu simular como diferentes perfis de audiência reagiriam a campanhas exibidas em distintos contextos de programação.

A partir de dados de consumo de mídia, hábitos digitais e características socioculturais, foram criadas 12 personas com média de 4,8 em 5,0 de assertividade. Elas foram expostas a diferentes campanhas, considerando também o tipo de conteúdo consumido, como *realities*, jornalismo, entretenimento e transmissões ao vivo, permitindo analisar a relação entre mensagem e contexto.

O processo possibilitou identificar quais perfis apresentavam maior afinidade com cada campanha e em quais contextos de programação essas mensagens geravam maior engajamento. Com isso, decisões de mídia passaram a considerar não apenas métricas agregadas de audiência, mas também a probabilidade de conexão entre mensagem, perfil e momento de exibição.

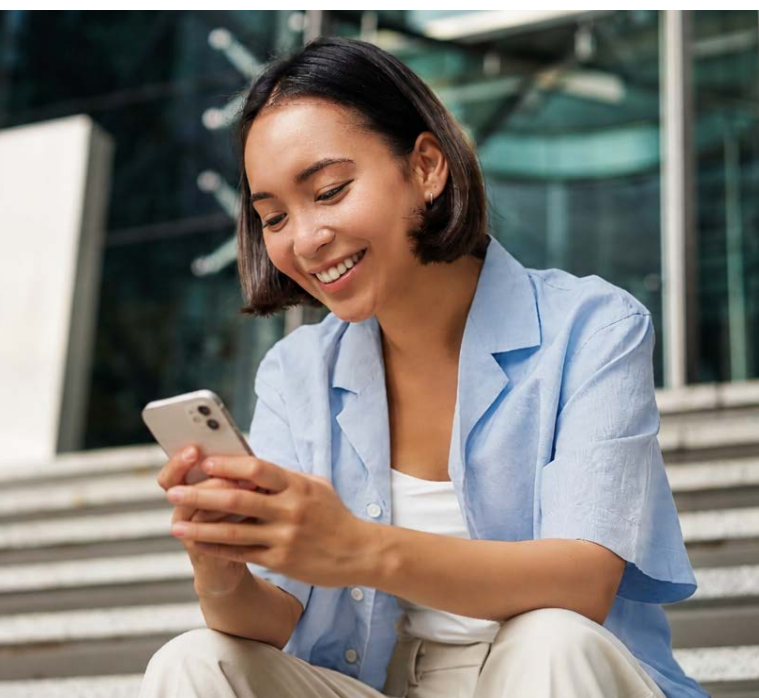
Onde as personas sintéticas foram aplicadas:



Entrevistas em profundidade com simulação de exposição a campanhas em diferentes contextos de programação.

O que foi possível analisar:

- Afinidade entre campanhas publicitárias e diferentes perfis de audiência;
- Impacto da comunicação em distintos contextos de programação;
- Relação entre tipo de conteúdo consumido e receptividade à campanha;
- Variações de interpretação da mensagem entre arquétipos de público;
- Potencial de engajamento e conversão por combinação de campanha, audiência e contexto.



Principais insights:

As simulações mostraram que o desempenho das campanhas varia não apenas pelo conceito, mas pela combinação entre narrativa, repertório cultural e contexto de exibição. Ao testar três conceitos, A, B e C, a opção A apresentou maior aderência: 4,7 entre perfis mais aderentes e 4,3 entre os menos aderentes, superando B, com 3,8 e 3,3, e C, com 3,0 e 2,5. O principal aprendizado do uso de personas foi que conceitos estruturados, isoladamente, não sustentam a performance de uma campanha: a efetividade depende do reconhecimento social da narrativa e da proximidade com situações percebidas como reais.

Resultados:

12

personas sintéticas com **4,8/5,0** de assertividade média;

Melhor desempenho do **conceito A** em diferentes perfis: **4,7** entre perfis **mais aderentes** e **4,3** entre os **menos aderentes**;

Variação significativa de performance entre campanhas conforme contexto e público.

Aplicação prática no setor alimentício

Em um projeto voltado à otimização de campanhas de aquisição de usuários, o uso de personas sintéticas permitiu avaliar diferentes narrativas, criativos e propostas de valor antes do investimento em mídia.

A simulação envolveu a testagem de variações de criativos, CTAs, roteiros e narrativas de campanha, a partir da resposta de diferentes perfis de consumidores. Isso possibilitou explorar múltiplas alternativas de comunicação de forma rápida e interativa, antes da produção final das peças e da ativação das campanhas.

O processo reduziu a dependência de ciclos longos de teste em mídia paga e trouxe maior precisão na identificação das mensagens com maior potencial de engajamento e conversão, permitindo direcionar investimentos para as alternativas mais promissoras ainda na fase de desenvolvimento criativo.

Onde as personas sintéticas foram aplicadas:



Testes de criativos em campanhas de aquisição digital: Meta Ads, TikTok e YouTube;



Avaliação de roteiros para vídeos de performance antes da produção final;



Simulação de reação a *claims* nutricionais e funcionais do produto;



Testes de CTAs, estruturas de oferta e narrativas de marca.

O que foi possível analisar:

- Narrativas e conceitos criativos de campanha;
- Variações de CTAs e propostas de valor;
- Estrutura de roteiros e *storytelling*;
- *Claims* nutricionais e argumentos de produto;
- Abordagens visuais e de comunicação.

Principais *insights*:

As simulações permitiram filtrar, ainda na fase criativa, as alternativas com maior potencial de resposta, evidenciando quais combinações de narrativa, proposta de valor e abordagem visual geravam maior aderência. O principal ganho do uso de personas foi antecipar decisões criativas com base em comportamento simulado, reduzindo riscos e aumentando a eficiência das campanhas.

Resultados:

35%

de redução no custo de aquisição de usuários (CAC);

27%

de aumento na taxa de clique (CTR);

10x

mais velocidade no processo de melhoria criativa.

Aplicação prática no setor de aviação

Em um estudo de otimização de autosserviço operacional para a aviação, o uso de personas sintéticas permitiu simular a experiência de usuários em fluxos de *check-in*, contratação de bagagem adicional e impressão de etiquetas.

A simulação explorou diferentes cenários de jornada, possibilitando identificar como os usuários reagem a pré-requisitos, custos e etapas do processo. Ao comparar variações, foi possível observar pontos de fricção, abandono e melhoria ao longo da experiência, evidenciando o impacto direto da clareza de comunicação e da estrutura da jornada na conclusão das tarefas.

O processo trouxe visibilidade sobre falhas críticas antes de ajustes reais, permitindo refinar hipóteses de valor, comunicação e experiência, além de tornar a tomada de decisão mais objetiva, comparável e menos dependente de intuição.

Onde as personas sintéticas foram aplicadas:



Simulação de fluxos de *check-in* digital;



Testes da jornada de contratação de bagagem adicional;



Avaliação do processo de impressão de etiquetas;



Comparação de diferentes cenários de experiência e navegação.

O que foi possível analisar:

- Impacto da clareza (ou falta dela) em pré-requisitos da jornada;
- Percepção e entendimento de custos ao longo do fluxo;
- Pontos de abandono e fricções na experiência;
- Efeito da repetição de etapas na conclusão da tarefa;
- Relação entre simplificação da jornada e taxa de sucesso.

Principais *insights*:

As simulações mostraram que a jornada colapsava principalmente por pré-requisitos mal comunicados, custos pouco claros e repetição desnecessária de etapas. Ao ajustar esses elementos, foi possível transformar uma experiência com alto abandono em um fluxo com conclusão total, evidenciando que pequenas mudanças na comunicação e na estrutura têm impacto direto na performance. O principal ganho do uso de personas foi tornar a pré-decisão mais clara e comparável, reduzindo a dependência de suposições.

Resultados:

De 67,6% de abandono na etapa de bagagem adicional e 50% de abandono por falta de clareza de custos para:

100%

de conclusão em cenário otimizado;

96%

dos usuários sem impedimentos na jornada final;

66%

atribuíram nota 4 para a experiência.

7

O futuro das personas sintéticas

Hoje, personas sintéticas seguem sendo uma das principais ferramentas para dar concretude a dados e aproximar decisões de quem está em busca de respostas. Elas ajudam equipes a alinhar visão, priorizar esforços e construir soluções mais coerentes com necessidades reais. Mais do que um artefato estático, seu uso vem evoluindo para um modelo dinâmico, possibilitando que seja um ponto de partida para debate, aprendizado e refinamento contínuo ao longo dos projetos.

Nesse cenário, o avanço tecnológico tem ampliado o papel dessa ferramenta, especialmente com o uso de dados mais ricos e atualizações mais frequentes. Elas estão deixando de representar apenas um “recorte médio” e passando a capturar melhor contextos, variações de comportamento e diferentes situações de uso. Isso torna as análises cada vez mais sofisticadas e permite que decisões sejam tomadas com maior segurança, sem perder a agilidade.

O futuro aponta para um uso de personas sintéticas cada vez mais integrado ao fluxo de trabalho, sem que seja preciso substituir pessoas reais. Serão ferramentas vivas de simulação, teste e aprendizado, que passam de simples representações a interfaces de pensamento estratégico, proporcionando a evolução contínua das decisões com mais profundidade e confiança.

O próximo nível: personas em produção contínua

O modelo atual funciona assim: coletar dados, construir personas, rodar simulações, gerar *insights*, decidir. Cada etapa tem latência. Funciona, mas é linear e discreta.

O que vem a seguir é um modelo contínuo, integrado ao ciclo operacional de decisão: personas se alimentando de novos dados comportamentais conforme chegam, integradas ao *pipeline* de *analytics* e passando a ser consultadas antes de qualquer mudança relevante no produto, na jornada ou na campanha. Times de produto simulam reações antes de escrever código. Times de marketing testam variações antes de produzir criativos e times de CX antecipam fricções antes do QA com usuários reais.

O teste com humanos não desaparecerá, mas ficará reservado para as hipóteses que sobreviverem ao filtro sintético.



8

Aplique as personas sintéticas no seu negócio

Personas sintéticas permitem explorar o comportamento do consumidor antes de executar qualquer iniciativa no mercado. Bem construídas e governadas, funcionam como uma camada de inteligência que reduz risco e acelera o ciclo decisório.

O que a NTT DATA traz

Como parte do NTT Group, a NTT DATA reúne presença em mais de 70 países, quase 200 mil profissionais e um ecossistema de inovação sustentado por mais de US\$ 3,6 bilhões anuais em P&D. Essa escala importa porque permite operar transformações complexas com método, governança, profundidade tecnológica e conhecimento setorial.

Em Digital Experience Services, esse porte ganha uma aplicação específica. Na avaliação global de 2025 da Gartner, a NTT DATA é descrita como uma provedora de transformação digital e modernização de ponta a ponta, capaz de integrar design centrado no humano, IA e práticas éticas para criar experiências escaláveis e personalizadas. A referência ao portfólio global de CX e produtos digitais, incluindo a rede de estúdios Tangity, reforça esse posicionamento: a atuação vai do desenho da experiência à implementação e à evolução contínua das soluções.

Para personas sintéticas, essa combinação é decisiva. Simular consumidores não é, por si só, uma capacidade corporativa. O valor aparece quando a simulação entra em um processo governado de decisão: hipóteses bem formuladas, dados de entrada rastreáveis, critérios de validação definidos e tradução dos aprendizados em escolhas concretas de produto, marketing, atendimento e experiência.

É nesse ponto que a NTT DATA atua. Seu papel é transformar uma tecnologia de simulação em uma disciplina aplicada de Digital Experience: conectada à estra-

tégia, sustentada por dados, validada por método e integrada aos ciclos reais de decisão das organizações.

Sem esse alicerce, personas sintéticas tendem a permanecer como uma demonstração interessante de IA. Com método, governança e integração à operação, tornam-se uma infraestrutura de inteligência aplicada à experiência.

O que a Galaxies traz

A Galaxies traz uma plataforma especializada em Synthetic Consumer Intelligence.

Sua plataforma NEXUS permite que empresas validem hipóteses, conceitos e cenários com apoio de IA, reduzindo o tempo necessário para gerar aprendizados antes de levar uma decisão ao mercado. A metodologia parte de dados reais de pesquisa e combina etapas de validação, clusterização, geração de personas por LLM e controles de qualidade ao longo do processo.

Segundo materiais da própria Galaxies, suas personas sintéticas simulam comportamentos, opiniões e respostas com alta assertividade em comparação com respondentes humanos, entregando *insights* em ciclos significativamente mais curtos e com menor custo do que pesquisas qualitativas tradicionais.

Por que a parceria importa

A principal pergunta para uma empresa não é mais se personas sintéticas são possíveis.

A pergunta certa é: em quais decisões elas devem entrar, com quais dados, com qual nível de validação e sob qual governança?

A parceria entre NTT DATA e Galaxies responde a esse ponto.

A Galaxies oferece a plataforma, os modelos e a capacidade de simulação. A NTT DATA conecta essa capacidade ao contexto real das organizações, convertendo os aprendizados sintéticos em decisões aplicáveis à experiência, aos canais e aos modelos operacionais do negócio.

Metodologia sem plataforma não escala. Plataforma sem metodologia gera velocidade sem sustentação.

NTT DATA + Galaxies combina as duas dimensões: tecnologia especializada para simular consumidores em escala e capacidade consultiva global para aplicar essas simulações em decisões de negócio com critério, rastreabilidade e impacto.

Personas sintéticas não substituem a escuta humana. Elas ampliam seu alcance.

Não eliminam a pesquisa tradicional. Elas reduzem sua lentidão quando o ciclo de decisão exige velocidade.

Não prometem prever o futuro com certeza. Elas ajudam a testar futuros possíveis antes que eles custem caro demais.

Para saber como aplicar personas sintéticas no seu contexto, entre em contato com a [NTT DATA](#). Para conhecer a plataforma NEXUS, acesse a [Galaxies](#).



