
*Alexa, bom dia! Assistentes Pessoais e a Humanização Agregada*¹

Rita de Cássia Karasek GOMES²

Eduardo Campos PELLANDA³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

A Inteligência Artificial manifesta-se no meio tecnológico igualando-se à inteligência humana. Ela proporciona a realização de comandos que, antes eram realizados somente pelos seres humanos, agora são realizados por softwares, e aí surgem as assistentes pessoais. Basta dizer “Alexa” ou “Ok, Google” para despertá-las. O objetivo deste artigo é compreender a mudança na comunicação através das assistentes, com foco na Alexa. Através de artigos científicos, estudos e pesquisas sobre o mundo da computação, da inteligência artificial, da internet das coisas, e dos *wearables* para que ocorra a imersão neste mundo tecnológico e conseqüentemente um entendimento de como a inteligência artificial consegue, de certa forma, igualar-se aos seres humanos, mesmo que racionalmente.

Palavras-chave: inteligência artificial; assistente pessoal; Alexa; humanização.

1 Introdução

A função mediadora e publicitária das assistentes pessoais é o tema central desse artigo e seu surgimento através de inteligência artificial que será analisada desde os seus primórdios até as maiores inovações proporcionadas a partir desta ciência atualmente, e em uma realidade digital, através das assistentes e da humanização que a inteligência artificial permite agregar a esses objetos inteligentes.

O objetivo geral é a análise do universo inteligente e de que formas os objetos inteligentes existentes no mercado da tecnologia irão gradualmente ser humanizados, à nível de estar, através do *machine learning* – aprendizado de máquina – igualado às emoções e reações dos seres humanos. Têm-se como objetivos mais específicos a compreensão da vasta popularidade das assistentes pessoas junto aos seres humanos; a análise da relação entre as emoções humanas com a inteligência artificial; a abordagem sobre os questionamentos quanto à ética na utilização de inteligência artificial e os seus

¹ Trabalho apresentado no IJ02 – Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do Curso de Publicidade e Propaganda da PUCRS, e-mail: rita.karasek@acad.pucrs.br

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Publicidade e Propaganda da PUCRS, email: eduardo.pellanda@pucrs.br

limites e entender, a partir dos dados coletados, como será o futuro das assistentes pessoais no cotidiano da população e a sua constante inserção no mercado publicitário. Esta pesquisa é sustentada através de um estudo de caso da assistente pessoal virtual Alexa da Amazon. A metodologia utilizada para esta pesquisa será qualitativa, com pesquisas bibliográficas e uma imersiva pesquisa na internet, por tratar-se de um assunto tão digital.

A contextualização se dará através de livros, séries, filmes, documentários, artigos científicos e notícias da internet. Será demonstrada também a relação da usabilidade da tecnologia em geral no cotidiano da população, suas inovações e transformações ao longo dos anos. A Alexa pode ser considerada um fenômeno em diversos âmbitos entre eles a sua popularidade e o constante crescimento no número de vendas. É um fenômeno em construção, um objeto em transformação que em apenas 2 anos de casa, já está é assunto entre os brasileiros.

Os tópicos a seguir abordarão elementos que compõe a relação emocional entre as assistentes pessoais virtuais e os seres humanos, possibilitada pela inteligência artificial. Será analisado o período desde o surgimento da Alexa, uma caixa de som com microfone, até a sua popularidade e usabilidade nessa geração tão digital. Um fenômeno em construção e em transformação que em apenas 3 anos no Brasil já é assunto.

2 Inteligência Artificial

Com a evolução da tecnologia em diversas áreas e a favor de seus usuários, o universo mobile teve uma considerável evolução na adaptação e recepção pela grande massa. Através da mobilidade foram criados os dispositivos móveis e inteligentes que, graças à internet das coisas - *internet of things* - conseguem conectar objetos com dados online. Essa história toda só é possível por causa da inteligência artificial. A IA não conseguiria ser colocada em prática se não fosse através da análise e a interpretação de uma enorme gama de dados variáveis denominada *Big Data* (grandes dados). Essa análise proporciona maior agilidade no processo de identificação de informações não estruturadas.

De 20 anos para cá a inteligência artificial está ainda mais presente no nosso cotidiano como nos processos de pesquisa na internet. Em 2008 a Google lançou o recurso

de reconhecimento de voz no iPhone para pesquisas, e, 3 anos depois surge uma das mais conhecidas assistentes virtuais do mundo, a Siri, fabricada pela Apple. Após o surgimento da Siri, anos depois a Amazon criou a Alexa.

2.1 Questionamentos éticos sobre a usabilidade da inteligência artificial

Percebe-se após tantos feitos que a inteligência artificial se tornou uma ferramenta essencial para as inovações do mercado. Porém, as possibilidades que a IA originam questionamentos quanto à ética envolvida na utilização dela. O professor israelense Yuval Harari reflete sobre o papel do ser humano na atual era digital: “Do ponto de vista dataísta⁴, podemos interpretar toda a espécie humana como um sistema único de processamento de dados, no qual indivíduos humanos servem como chips.” (HARARI, 2016, p. 380).

A inteligência artificial utiliza o comportamento do ser humano como mecanismo de aprendizado e desenvolvimento de atividades às máquinas, de forma autônoma. Como exemplo, a empresa Silver Logic Labs⁵ lançou um método, em 2017, que através da inteligência artificial reconhece-se emoções do ser humano, somente analisando as características de seu rosto em tempo real.

3 A relação emocional entre o ser humano e as invenções da inteligência artificial

A partir do surgimento da internet, as pessoas se deparam com uma infinidade de possibilidades em um único dispositivo e através de um clique. Seja nos celulares - agora smartphones - nos tablets, notebooks e computadores, têm-se acesso rápido e instantâneo à informação, interatividade e facilidade no dia a dia. Sobre a evolução das tecnologias, o professor da Universidade Federal da Bahia André Lemos reflete:

[...] o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação nos leva da era da escassez à era do excesso de informação, jogando-nos no capitalismo global de dados e na plataformização digital da sociedade. A história mundial pode ser definida como antes e depois da internet. (LEMOS, 2021, não paginado).

Com o início do uso de celular na década de 1990 e sua popularização imediata, as pessoas começaram a enxergar o celular como um item necessário e que todos, de

⁴ Termo utilizado para descrever o modo de pensar ou filosofia criada pela emergente importância da *Big Data*.

⁵ Empresa de desenvolvimento de software personalizado da Flórida - Estados Unidos.

repente, tinham um no bolso. Se antigamente ele servia para realizar simples comandos como ligações e mensagens de texto, hoje os smartphones são microcomputadores que fazem tudo por você. Desde as antigas mensagens de texto, quase que em desuso, até fazer o pagamento de algum produto através de um aplicativo sem a necessidade de um cartão físico ou dinheiro. A tendência, que já se vive, é que a tecnologia trará, cada vez mais, inúmeras possibilidades para satisfazer as necessidades das pessoas e até mesmo ditar essas necessidades.

Os novos dispositivos tecnológicos vestíveis no corpo, os *wearables* já são uma realidade na vida das pessoas. Se essas não possuem, almejam ou pelo menos já sabem o que são e para o que servem. Fones de ouvido, *smartwatches* e *smartbands* (relógios e pulseiras) são alguns dos dispositivos mais populares atualmente. Nesses dispositivos é possível medir a frequência cardíaca, os passos realizados no dia, medir a respiração, ouvir músicas entre outras funções.

3.2 A relação do inconsciente humano na inteligência artificial

A neurociência, o estudo científico do sistema nervoso humano, possui a capacidade de gerar dados para o entendimento do comportamento humano através da captação das reações emocionais, possíveis alterações fisiológicas e cognitivas. Desta forma, alimenta-se os sistemas de recomendações oriundos da inteligência artificial.

O inconsciente é responsável pelas reações que os seres humanos expressam quase que involuntariamente. São as ações que não passam pelo consciente, pela racionalidade humana. Um fenômeno que evidencia um comportamento do inconsciente humano seria o chamado “ato falho”.

Em uma linguagem moderna seria quando uma pessoa pega seu smartphone para pesquisar algo na internet e acaba por clicar em outras coisas e não em seu destino primário, como uma notificação de mídia social. A ação de clicar em uma notificação, mesmo sem ter pegado o smartphone para isso, é um desejo oculto do cérebro, algo inconsciente.

A partir desses atos falhos e de outras manifestações dos usuários é que a inteligência artificial vai além dos dados racionais oferecidos por estes. As reações emotivas já são possíveis, mesmo que de forma rasa, sejam captadas por essa e tantas outras tecnologias existentes.

Essa temática da tecnologia sendo utilizada como ferramenta para compreender e aprender com as emoções humanas para descobrir um “par perfeito” é tratada no episódio “Hand The DJ” da série inglesa “Black Mirror” na Netflix⁶. Neste episódio da quarta temporada da série de ficção científica mostra o possível futuro dos aplicativos de namoro e sua relação com as assistentes pessoais. O criador da série, Charlie Brooker indaga:

“E se houvesse um serviço que fosse como o Spotify para encontros? Isso poderia gerar uma lista de reprodução de relacionamentos. Dizer com quem você vai sair e por quanto tempo. O sistema aprenderia com suas reações a ser emparelhado com todos esses tipos diferentes de pessoas. Ele aprenderia o suficiente sobre você, para então emparelhar com sua melhor alma gêmea.” (BROOKER, 2018)

3.3 A humanização agregada aos dispositivos criados através da inteligência artificial

A imaginação, desde os primórdios, é vista como uma importante ferramenta criativa. No passado, a mídia Rádio era a que mais despertava a imaginação das pessoas por transmitir uma comunicação oral, falada, audível e não visível. As famosas radionovelas despertavam a curiosidade dos ouvintes em saber como seria aquela cena ou como seria a aparência de determinado locutor e dos atores envolvidos. Com o avanço da tecnologia e suas possibilidades, as radionovelas evoluíram para as novelas televisivas, agora com imagem aliada ao som. Diversos programas de rádio atualmente são transmitidos com imagem pela internet e muitas vezes propagado também em formato de Podcast - conteúdos em áudio. O professor e escritor Juremir Machado da Silva (2003) afirma que:

[...] o imaginário opõe-se ao real, na medida em que, pela imaginação, representa esse real, distorcendo-o, idealizando-o, formatando-o simbolicamente. [...] O Imaginário é uma rede etérea e movediça de valores e de sensações partilhadas concreta ou virtualmente. (SILVA, 2003)

Em 2013 o filme “Her” (Ela) de Spike Jonze relata a possibilidade de a inteligência artificial ter uma efetiva relação com o ser humano quando ainda não era uma tendência. No filme, o personagem do ator Joaquin Phoenix sai abalado de um relacionamento amoroso, com depressão e muito solitário. A partir desse momento ele constrói uma relação, muito humana, com o seu novo sistema operacional, a Samantha,

⁶ Plataforma global de *streaming* com filmes e séries sediada na Califórnia, Estados Unidos.

com a voz da atriz Scarlett Johansson. Aqui a sua paixão pela Samantha é estimulada principalmente pela imaginação do personagem de Phoenix. Na época, as críticas do longa se constituíram em uma realidade muito inimaginável, só que estavam errados. Existe uma tendência cada vez mais forte de que a inteligência artificial proporcionará emoções, expressões e características humanas às máquinas como mostrado no filme.

4 Assistentes pessoais virtuais

Desde a popularidade e ascensão nos últimos três anos, graças também à Pandemia de 2020⁷, a relação da usabilidade e entretenimento nas diversas possibilidades de conversação e comunicação entre usuário e assistente. As assistentes pessoais virtuais alimentam-se da inteligência artificial para otimizar dados com o intuito de entender as necessidades e características dos seus usuários, através do método de *machine learning*, obtendo-se assim respostas mais personalizadas. As principais assistentes do mercado são as das empresas Amazon, Google e Apple.

Colocando em foco a assistente da Amazon, a Alexa é uma assistente virtual em formato de uma caixa de som com microfone, com a voz sendo o comando principal de interação entre ela e seu usuário. No início de seu lançamento em 2014, a Alexa era um computador sem tela, com a finalidade de realizar diversas tarefas, facilidades, ajuda na produtividade, conecta toda a sua casa desde suas tomadas inteligentes até a sua lâmpada. Após o lançamento da linha Echo Display em 2019 a Alexa evoluiu para um computador com tela. Porém a interação humano-máquina permanece através da voz. Seja no marketing de suas mídias sociais, ou em seus diversos modelos para aquisição, a Amazon consegue humanizá-la cada vez mais.

4.1 A relação de usabilidade e entretenimento das assistentes

O imediatismo é uma funcionalidade de grande valor na era digital. Em meados de 2014 o Google lançou uma de suas ferramentas mais utilizadas que proporciona mais agilidade nas buscas do Google: o Google Now. Através do Google Now é possível realizar pesquisas através de um simples comando de voz, sem a necessidade da digitação,

⁷ Em 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou uma pandemia para conter a disseminação, a nível mundial, da nova doença causada pelo Coronavírus. A população assim fica em isolamento e distanciamento social.

facilitando assim as buscas de seus usuários. Esse reconhecimento do que se deseja pesquisar, através da voz, é possível graças à inteligência artificial do Google.

A Gartner Group, empresa de tecnologia de Stanford, Estados Unidos, prevê que o uso das assistentes virtuais no local de trabalho será realizado por 25% dos trabalhadores. No âmbito do mercado de trabalho, os trabalhadores estão percebendo que algumas tarefas não precisam ser feitas por eles, deixando-os mais livres para executar tarefas mais ligadas ao raciocínio empático, artístico, humano e generalista. Algo que a máquina não consegue suprir. Ainda.

Nesse campo de imediatismo, os usuários estão adaptando-se às formas de busca e navegação unindo a intuição e simplicidade e o *by-demand* proporcionado pela evolução da tecnologia.

4.2 A popularidade das assistentes

O conceito das assistentes começou a ganhar popularidade nos *smartphones*, com aplicativos como a Siri inserida em iPhones da Apple e o Google Assistente nos sistemas Android, softwares que permitem usar a voz para comandar vários recursos do aparelho. Do telefone, essa tecnologia migrou para as caixas de som inteligentes, e dispositivos conectados por toda a casa.

No Brasil, um estudo da agência de marketing digital iProspect⁸ constatou que 49% dos usuários de smartphones já usam assistentes de voz. O levantamento do estudo pesquisou, além de brasileiros, usuários de smartphones na Argentina, Chile, Colômbia e México, em um total de 4 mil entrevistas. Na região, 51% deles interagem com as assistentes virtuais.

5 Um estudo de caso: Alexa

Lançada oficialmente em 2014, Alexa foi o nome dado à assistente virtual da Amazon que veio junto ao Amazon Echo, a primeira caixa de som inteligente da empresa, desenvolvida com inteligência artificial e integrada aos Echos através do seu alto-falante em 360 graus. O nome Alexa foi escolhido pela consoante "X" ser detectada facilmente

⁸ A iProspect é uma agência de marketing à nível global que conduz a performance digital de algumas das maiores marcas do mundo.

com alta precisão pelo aparelho. Então, só de começar a sua frase com "Alexa" a assistente consegue reconhecer seus comandos de voz. Cinco anos após seu lançamento, a Alexa chega ao Brasil. Consegue ser utilizada perfeitamente em dispositivos Android, Windows e IOS (Apple), possibilitando ser universalmente utilizada.

A Alexa possui mais de 1.400 funcionalidades (*skills*) e vai se atualizando semanalmente. As suas principais *skills* vão desde a interatividade da Alexa com seus usuários, previsão do tempo, dicas, jogos até a rotina do dia a dia como pedir uma comida ou um transporte particular. Alguns exemplos:

- “Alexa, paga meus boletos” - “Vou ficar te devendo essa.”

- “Alexa, termina o meu TCC” - “Força, está na reta final.”

A Amazon investe, em grandes proporções, na tecnologia e inteligência de seus produtos visando atingir o sucesso e a popularidade tão desejada. De forma linear, vem construindo a imagem da Alexa com o objetivo de associá-la a uma grande plataforma de possibilidades. Uma pesquisa realizada pelo Boston Consult Group⁹ afirma que o mercado da robótica possui o potencial de render, mundialmente, mais de 260 bilhões de dólares até 2030. Em setembro de 2021, junto ao lançamento do Echo Show 15, foi anunciado pela marca o robô doméstico chamado Astro, que contém a Alexa em seu sistema, porém possui uma personalidade própria.

A assistente é associada frequentemente como um exemplo de estratégia de marketing aliada à tecnologia, seja para anunciar publicidades na plataforma, quanto nas divulgações de séries e filmes que serão inseridos no Amazon Prime Video¹⁰. Em outubro de 2021 a cantora brasileira Gretchen participou da divulgação da série brasileira original Amazon “Desjuntados”. Nessa publicidade Gretchen é a “desconselheira amorosa” que, ao final, interage com a campeã de vendas da marca, Alexa.

5.1 Relação da Alexa com as pessoas

A humanização e relação emocional agregada à dispositivos tecnológicos torna-se cada vez mais comum. O universo da tecnologia utiliza todo o seu potencial para criar dispositivos modernos visando suprir as mais diversas necessidades. As diversas

⁹ Empresa de consultoria global que faz parceria com líderes em negócios e na sociedade para enfrentar seus desafios mais importantes e capturar suas maiores oportunidades.

¹⁰ Plataforma de *streaming* da Amazon com conteúdo autorais e não autorais.

maneiras de se relacionar na atualidade, por exemplo, são possíveis através da tecnologia. Desde uma assistente pessoal à robôs de cunho sexual. Em 2018 a Realbotix¹¹ lançou a primeira robô sexual com inteligência artificial, a Harmony. Ela possui um sensor que simula movimentos e reações de uma companheira sexual com características humanas. Essa e outras diversas criações da inteligência artificial evidenciam que a tecnologia caminha para um futuro sem barreiras, ou quase, entre humanos e robôs. Seja no mercado de trabalho até nos relacionamentos.

Apesar de ser “materializada” somente em voz, a Alexa também é constantemente objetificada pelo imaginário sexual, principalmente masculino. A empresa We-Vibe¹², vendedora de diferentes tipos de brinquedos sexuais inteligentes, realizou uma pesquisa no Reino Unido que evidenciou vários casos em que homens e mulheres “se apaixonaram” pela Alexa durante a quarentena na pandemia de 2020. Porém, segundo os resultados da pesquisa, é no universo masculino, aproximadamente 91%, que ocorre essa preferência mencionada. A sua voz “reconfortante” e “autoritária” é responsável por esta atração.

Em comemoração aos 2 anos de Alexa no Brasil, a Amazon divulgou no início de novembro de 2021 em seu twitter brasileiro, as frases mais ditas por brasileiros à assistente:

- Acender ou apagar lâmpadas inteligentes: 320 milhões de vezes;
- “*Alexa, bom dia*” : 38 milhões de vezes;
- Sobre a previsão do tempo: 34 milhões de vezes;
- “*Alexa, boa noite*” : mais de 28 milhões de vezes;
- Solicitação de alarmes ou lembretes: 26 milhões de vezes;
- “*Alexa, me conte uma piada*” : mais de 20 milhões de vezes;
- “*Alexa, cante uma canção*” : mais de 6 milhões de vezes;
- “*Alexa, tudo bem?*” : mais de 5,8 milhões de vezes.

Esses comandos mencionados acima nos tweets são apenas alguns dos destaques estatísticos da relação interativa Alexa-brasileiro.

¹¹ Empresa multinacional de alta tecnologia que pesquisa e produz a mais recente inteligência artificial e robótica para construir o futuro.

¹² Empresa multinacional que vende diferentes tipos de brinquedos sexuais inteligentes e faz parte do grupo WOW Tech.

5.2 Alexa como plataforma e o mercado publicitário

A Alexa pode ser considerada como uma plataforma ubíqua e em constante transformação. Inovadora, popular e tecnológica, o mercado publicitário pode-se usufruir das diversas oportunidades desse fenômeno. Desde o seu lançamento em novembro de 2014 o número de habilidades da Alexa foram de 130 para aproximadamente mais de 100 mil. Já que ela se alimenta de conhecimento adquirido através de seus usuários, esse aumento considerável deve-se principalmente à popularidade e o aumento de seu uso entre a população mundial.

No mercado global das compras de alto-falantes inteligentes a Alexa ocupou, em 2019, o primeiro lugar em vendas totalizando mais de 21,7% das vendas totais. E os percentuais só tendem a aumentar. Quanto às publicidades, desde o seu lançamento já firmou algumas parcerias comerciais de categorias distintas citadas abaixo:

Uma das corretoras de valores mais conhecidas atualmente no Brasil, a XP Investimentos anunciou em novembro de 2021 uma parceria com a Amazon: a sua escola de educação Xpeed School através do comando "Alexa, como cuidar do meu dinheiro?" trará algumas dicas de educação financeira para que, segundo a XP, as famílias brasileiras saibam lidar com o seu dinheiro. Essas dicas serão atualizadas diariamente e devem ter aproximadamente um minuto de duração. Esse tipo de conteúdo é muito similar ao “giro de notícias” que portais como o G1¹³ e a Jovem Pan¹⁴ já possuem na Alexa.

O universo plural das séries também teve a sua participação publicitária na Alexa. Em 2018 o lançamento da segunda temporada da série americana de ficção científica “Westworld” ocorreu através do mecanismo de voz tanto explorado na Alexa. A agência de marketing novaiorquina 360i em parceria com a HBO¹⁵, emissora americana detentora da série, teve a ideia de criar um jogo com conteúdo da série: narrações dos atores e uma trilha sonora inconfundível, explorando interfaces de voz para gerar identificação e imaginação nos usuários da Alexa e, claro, nos fãs da série. A ação gerou mais de 500 milhões de impressões de mídia.

¹³ Portal de notícias do Brasil e do mundo dos Canais Globo.

¹⁴ Rede de rádio comercial brasileira.

¹⁵ Canal de televisão por assinatura norte-americano reconhecido mundialmente e com mais de 45 anos de história.

Associando a Alexa, fenômeno em crescimento, com o veterano mercado publicitário, percebe-se que ambos estão ligados diretamente e com destaque ao apelo emocional das pessoas. A publicidade e suas propagandas historicamente são associadas a questões polêmicas como a publicidade infantil, abusiva, persuasiva entre outros temas. Nos dias de hoje consegue-se perceber que as marcas estão mais adeptas ao marketing de conteúdo ao lidar com o seu posicionamento, principalmente no digital.

Os consumidores dos anos 2000 que consumiam excessivamente não podem ser majoritariamente comparados aos consumidores desta geração. As pessoas valorizam sim o posicionamento das marcas perante as questões sociais como racismo, sexismo, preconceito entre tantas outras. Uma marca que não se posiciona pode ter o maior dos descontos em seus produtos ou serviços não irá ser relevante no mercado. O critério de escolha mudou completamente desde o início do milênio.

As marcas Coca Cola, Natura, Boticário entre outras são reconhecidas por utilizar uma publicidade emocional em suas campanhas. Esse tipo de publicidade é feito desde os comerciais da Parmalat e seus bichinhos nos anos 90. Para a professora da escola de Marketing ESIC de Madri, Belén Vázquez, a publicidade emocional “[...] é uma forma eficaz de diferenciação para fidelizar o público [...] visto que no setor empresarial, hoje se manifesta uma preocupação em gerenciar as emoções de maneira adequada” (VÁZQUEZ, 2007, p. 32). E, “a combinação adequada de imagens publicitárias e emoções se converte num elemento relevante que caracteriza a comunicação das empresas” (VÁZQUEZ, 2007, p. 32.) Para o escritor inglês Kevin Roberts “O que as pessoas detestam são comerciais entediantes. Elas amam os bons comerciais de 30 segundos. E por que as pessoas gostam deles? Porque contam histórias. E as pessoas adoram ouvir uma história” (ROBERTS, 2005, p. 89).

A Alexa construirá histórias com seus usuários com a evolução da relação entre ambos. Ela é um objeto em mutação, tem apenas dois anos de existência no Brasil e sete anos desde que foi criada. Não existem vastas referências sobre o seu uso, mas pela velocidade de seu crescimento – seja em vendas ou popularidade – ela será tão importante quanto um smartphone na vida das pessoas. O seu lado afetivo, seu apelo emocional na fala personalizada para cada usuário a afirmará no mercado como uma plataforma ubíqua, plural e completa. A Alexa em um futuro bem próximo, será como uma pessoa da família.

A publicidade já está presente na Alexa e, se contrastar a irreverente voz dela com o recado a ser dado na propaganda, vê-se um futuro de sucesso no mercado publicitário e as assistentes pessoais virtuais.

6 Considerações finais

Analisando a relação entre a inteligência artificial e as emoções humanas percebe-se que desde o surgimento da internet na década de 1990, a forma de viver das pessoas mudou para sempre. A internet possibilita, a partir dali um 'universo' paralelo à realidade tangível. Diversas possibilidades de conexão, com destaque para o importante papel do celular, comunicar-se de forma instantânea para qualquer pessoa em curta ou longa distância, ou com diversas pessoas enviando uma mensagem.

Com o passar dos anos 2000 as mídias sociais como o Orkut, Facebook, Twitter e mais recentemente o Instagram, transformou a vida, o convívio e a comunicação em sociedade. Com o passar dos anos as pessoas tinham um usuário em todas essas mídias sociais que, cresciam gradativamente. Esse crescimento e sucesso deve-se à capacidade da inteligência artificial aprender com os dados que as pessoas divulgavam durante o uso das mídias.

Após todo esse crescimento, atualmente as pessoas possuem pelo menos em uma das mídias mencionadas anteriormente. Com isso, o tempo de uso do celular aumentou assim como o uso dessas mídias. A partir daí criam-se laços entre as múltiplas possibilidades que a internet como um todo pode proporcionar à uma pessoa.

Para prognosticar o futuro das assistentes pessoais no cotidiano da população conclui-se que no cotidiano atual as pessoas estão cada vez mais individualistas e sem sororidade entre uns aos outros. Esse cenário mudou significativamente durante o isolamento social da pandemia de 2020, mas até quando? Após a liberação do isolamento social e a volta gradativa à normalidade, as pessoas retornarão aos seus mundinhos próprios ou terão seus comportamentos alterados por esse fato histórico? Essa hipótese fica aberta para demais pesquisas.

A Alexa oferece, mesmo que de forma online e intangível, sororidade e identificação com os seus usuários. Conversa com diversos públicos desde Gretchen até os fãs da série “Westworld”. A tendência de utilizar-se o mecanismo da voz no mercado publicitário é crescente, apesar de um mundo tão visual. Com inserções em vários objetos,

a Alexa está em constante crescimento e, para tanto, tornando-se uma referente e tecnológica plataforma ubíqua.

Referências bibliográficas

ALIAGA, Víctor. **Criador de Black Mirror revela como surgiu ideia para 'Hang The DJ'**. IGN, 2018. Disponível em: <https://br.ign.com/blackmirror/57615/news/criador-de-black-mirror-revela-como-surgiu-ideia-para-hang-thedj>. Acesso em: 24/10/2021.

Agência Brasil. **Coronavírus: saiba o que é uma pandemia**. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-03/coronavirus-saiba-o-que-e-uma-pandemia>. Acesso em: 18/11/2021.

AKST, Jef. **Machine, Learning**, 1951. The Scientist, 2019. Disponível em: <https://www.the-scientist.com/foundations/machine--learning--1951-65792>. Acesso em: 12/10/2021.

BGC. **Robotics Outlook 2030: How Intelligence and Mobility Will Shape the Future**. BGC, 2021. Disponível em: <https://www.bcg.com/publications/2021/howintelligence-and-mobilitywill-hape-the-future-of-the-robotics-industry>. Acesso em: 30/09/2021.

B9. **Cannes Lions 2019: com ação de “Westworld”, HBO ganha GP de Radio & Audio**. B9, 2019. <https://www.b9.com.br/110191/cannes-lions-2019-com-acao-dewestworld-hbo-ganha-gp-de-radio-audio/>. Acesso em: 24/11/2021.

Canaltech. **O que é Big Data?** Canaltech, 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/big-data/o-que-e-big-data/>. Acesso em: 11/11/2021.

Canal Tech. **Alexa trará dicas de finanças pessoais para ajudar na gestão do seu dinheiro**. Canal Tech, 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/alexa-trara-dicas-de-financaspessoais-para-ajudarna-gestao-do-seu-dinheiro-201888/>. Acesso em: 11/11/2021.

Exame. **Amazon revela curiosidades sobre a Alexa em seu 2º ano no Brasil**. Exame, 2021. Disponível em: <https://exame.com/pop/amazon-revela-curiosidadessobre-a-alexa-em-seu-2o-ano-no-brasil/>. Acesso em: 17/11/2021.

FREITAS, Daniel. **Robótica, e o cenário brasileiro**. MIT TECHNOLOGY REVIEW, 2021. Disponível em: <https://mittechreview.com.br/robotica-e-o-cenario-brasileiro/>. Acesso em: 26/10/2021.

Gretchen Dá Conselhos Para um Divórcio Perfeito! - Desjuntados. Brasil: AMAZON, 2021. Publicado pelo canal Amazon. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TD2IJAJMDdk>. Acesso em: 23/10/2021.

ISRAEL, Bruno. **AI: se você ainda tem medo, não culpe o James Cameron.** SXSW, 2017. Disponível em: <https://sxsww.meioemensagem.com.br/cobertura2017/2017/03/11/inteligenciaartificial-se-voce-ainda-tem-medo-a-culpa-nao-e-do-james-cameron/>. Acesso em: 20/06/2020.

LEMONS, André. **A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital.** Porto Alegre: Sulina, 2021. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/A_tecnologia_%C3%A9umv%C3%ADrus/368zEAAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&printsec=frontcover. Acesso em: 20/06/2020.

MARANGONI, Nelson. **Volta ao mundo em 80 minutos: por dentro do mercado de pesquisas mundial.** IBOPE, 2002. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPEpub=T&db=caldb&comp=Biblioteca&docid=F4B30DBD8631374583256ECA00657A92>. Acesso em: 20/11/2021.

MEIO E MENSAGEM. **No Brasil, 49% dos usuários de smartphones usam assistentes de voz.** Meio e Mensagem, 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/08/19/no-brasil-49-dosusuarios-de-smartphones-usam-assistentes-de-voz.html>. Acesso em: 12 out. 2021.

Metrópolis. **Alexa: as frases que brasileiros mais falam ao sistema de voz.** Metrópolis, 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/guilhermeamado/alexa-as-frases-que-brasileiros-mais-falam-ao-sistema-de-voz>. Acesso em: 21/11/2021.

Propmark. **Gretchen é conselheira ‘desmatrimonial’ para Amazon.** Propmark, 2021. Disponível em: <https://propmark.com.br/anunciantes/gretchen-econselheiradesmatrimonial-para-amazon/>. Acesso em: 23/10/2021.

Realbotix. Disponível em: <https://realbotix.com/>. Acesso em: 07/11/2021.

TAVARES, Francine. Outro amor, por favor: pensando a realidade técnica do afeto a partir da relação máquina do filme Her. In: CONGRESSO

TechTudo. **Amazon adiciona a primeira opção de voz masculina à Alexa em nova atualização.** TechTudo, 2021. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/tech/noticias/n177369/alexa-recebe-opcao-de-vozmasculina-em-atualizacao.html>. Acesso em: 21/11/2021.

TechTudo. **"Emma" é a robô sexual muito real que pode imitar a respiração humana.** TechTudo, 2019. Disponível em:
<https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/11/emma-e-a-robo-sexual-muito-realque-pode-imitar-a-respiracao-humana.ghtml>. Acesso em: 17/11/2021.

TechTudo. **Quarentena leva homens a 'se apaixonarem' pela assistente de voz Alexa.** TechTudo, 2020. Disponível em:
<https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/07/quarentena-leva-homens-a-seapaixonarem-pela-assistente-de-voz-alexa.ghtml>. Acesso em: 07/11/2021.

TURING, Alan Mathison. **Computing Machinery and Intelligence.** 2021. Disponível em:
<https://academic.oup.com/mind/article/LIX/236/433/986238>. Acesso em: 26/09/2021.

UOL. **Voz e assistentes virtuais ampliam possibilidades criativas na publicidade.** UOL, 2019.
<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/06/21/voz-e-assistentes-virtuaisampliam-possibilidades-criativas-na-publicidade.amp.htm>. Acesso em: 28/09/2021.

VÁZQUEZ, Bélen López. **Publicidad emocional: estrategias creativas.** Madrid: ESIC, 2007.

WEBBY. **The Best of This Year's Voice Experiences.** WEBBY, 2019.
<https://www.webbyawards.com/news/2019-nominees-voice/>. Acesso em: 07/11/2021.