



A INFLUÊNCIA DO COMERCIAL DA VOLKSWAGEN COM ELIS REGINA NAS REAÇÕES E EMOÇÕES DOS ESPECTADORES: UMA ABORDAGEM INTEGRADA DA ONTOPSICOLOGIA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Aline Beatriz Vargas
Itatiana Vendrame

*Linha temática – Ontopsicologia e vida cotidiana:
Aspectos práticos para desenvolver a inteligência humana capaz de mediar a tecnologia*

Resumo: O avanço da tecnologia permitiu que a IA pudesse criar conteúdos digitais, como vídeos de pessoas com base em imagens e vídeos antigos, produzindo-se cenas inéditas os chamados *deepfakes*, a Volkswagen fez uso de IA para lançar um comercial em comemoração dos seus 70 anos, com uma recriação de Elis Regina cantando juntamente com sua filha, gerando grande repercussão e debates acerca do caso. A discussão em torno do comercial toca em pontos sensíveis e repercute o impacto emocional que criações feitas por IA podem impactar os seres humanos. Para o desenvolvimento da seguinte pesquisa foram utilizadas revisões bibliográficas e análise de vídeo publicitário. Sendo assim, utilizou-se de uma pesquisa no método qualitativo através da pesquisa bibliográfica. A partir da análise do material que foi coletado, entende-se que as imagens possuem uma influência nas emoções e comportamento do indivíduo, e que diante dessa influencia o impacto que a IA pode refletir no ser humano pode ser algo de grande perigo, tendo que ser usado com transparência e cuidado.

Palavras-chave: *Deepfakes*, Inteligência artificial, Volkswagen, Ontopsicologia e a Imagem.

1. INTRODUÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO

A tecnologia vem evoluindo constantemente e o avanço da Inteligência Artificial (IA) está oferecendo de maneira rápida uma grande transformação e abrindo um mundo de possibilidades, acarretando uma interação entre homem e máquina.

O avanço no “mundo digital” não reflete apenas nas mudanças de novas perspectivas na forma de retratar uma pessoa: com a reconstrução digital de imagens e as chamadas *deepfakes*, a partir de sistemas de inteligência artificial, criar vídeos de pessoas com base em imagens e vídeos antigos, produzindo-se cenas inéditas. Esta criação de *deepfakes* surge com o avanço da Inteligência Artificial (IA), proporcionando que as *deepfakes* possam proporcionar uma gama maior de ferramentas para formulação de reconstruções digitais.

O uso da tecnologia de maneira inapropriada ou sem a autorização do uso da imagem pode causar emoções adversas aos sujeitos atingidos, o que pode causar fortes emoções ao ver imagens que impactam de forma psíquica. Estas comoções podem causar sensações de ódio, dor, felicidade, dentre outros para o sujeito (Meneghetti, 2008).

Diante do que foi discorrido nesta pesquisa partimos da análise do vídeo publicitário da agência AlmapBBDO, lançado em 4 de julho de 2023, para a marca Volkswagen no Brasil, com o título “VW 70 anos/ VW Brasil”, e os reflexos que publicidades criadas com a IA causam aos indivíduos receptores.

A criação deste vídeo causou controvérsia sobre se seria adequado utilizar a imagem de Elis Regina. Sendo assim analisa-se a influência do comercial da Volkswagen com Elis Regina nas reações e emoções dos Espectadores e como a Ontopsicologia pode ajudar a entender os sentimentos gerados a partir de uma simples imagem.

2. METODOLOGIA

A referente pesquisa trata de uma análise qualitativa do estudo, justificada pela necessidade de se compreender fenômenos educacionais imperceptíveis utilizando-se somente técnicas quantitativas de análise (Silva, 2022). Os dados qualitativos referentes às categorias supracitadas foram compreendidos como recortes textuais dos resumos, sendo comparados entre si e, então, analisados com base na análise temática proposta por Bardin (2010). Segundo Gil (2002), esse método se caracteriza por buscas em fontes primárias, com o intuito da melhor compreensão e análise em relação ao tema da pesquisa, após a busca em bibliografias, vídeos, reportagens será feito o desenvolvimento da pesquisa abordando as hipóteses do estudo e logo após a análise será apresentada a conclusa da referida pesquisa.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Volkswagen (VW) ao desenvolver o comercial de comemoração dos seus 70 anos buscou inovar e trouxe o que há de mais aprimorado na tecnologia, com o intuito de tornar-se um sonho em realidade: através do ‘encontro’ entre Elis Regina e Maria Rita. Nesta viagem no tempo, ela se encontra com a sua filha, que celebra 20 anos de carreira. Toda esta história é movida pelos veículos da Volkswagen, da icônica Kombi até o atual ID.Buzz, a nossa nova minivan elétrica (VW, 2023, seção Making Of).

Destaca-se que o vídeo publicitário foi produzido com o auxílio da inteligência artificial (IA) com o intuito de recriar a artista brasileira de grande sucesso Elis Regina, falecida em 1982. Segundo as informações divulgadas institucionalmente pela VW a Inteligência artificial (IA) é utilizada em diversos setores e está presente no cotidiano da população. (VW, 2023, seção Making Of).

A inteligência artificial utilizada foi *Deepfake*, o qual consiste em uma adaptação de audiovisual já existente, com o objetivo de criar vídeos e imagens de algo que induza a realidade. (FRAIFELD, 2022). As *deepfakes* não passam de uma grande evolução tecnológica a qual permite uma divulgação e disseminação de vídeos e imagens formadas a partir do uso da inteligência artificial com uma qualidade excelente, o que dificulta distinguir a veracidade. (KORSHUNOV & MARCEL, 2019).

Para Spencer (2019) a imagem é usada para combinar e sobrepor imagens e vídeos preexistentes e transformá-los em imagens ou vídeos que aparentam ser “originais”. O autor ainda traz que a combinação de vídeos existentes e “originais” resulta em vídeos falsos, que mostram uma ou algumas pessoas realizando ações que nunca aconteceram na realidade.

O uso destas tecnologias traz diversos pontos de vista e proporcionam vários debates, a aplicação da *deepfake* contribui para formulação notícias falsas até mesmo divulgar de forma inverídica fatos que não aconteceram de fato. Uma *deepfake* bem elaborada, que não seja apenas mais uma sátira ou que se trate de um assunto com tema considerado absurdo, pode passar por real, sendo muito difícil de identificar se determinado vídeo ou áudio foi produzido por IA ou não, gerando dúvida entre o que é real e o que é inventado (Exame, 2022).

Percebe-se que o uso desta IA não manipula apenas o uso da tecnologia, mas também acaba utilizando-se das imagens de pessoas queridas já falecidas ou distante do cotidiano, isso acaba afetando o emocional dos indivíduos atingidos. O impacto nas emoções é transmitido através de imagens, e isso leva a imagem a fazer realidade no ser humano.

Assim, a imagem tem uma capacidade de produzir emoções de diversas formas, sendo assim “quando nós refletimos, quando nós pensamos, quando nós recordamos, quando nós nos emocionamos, quando nós estamos bem ou estamos mal, é um percurso de imagens, apenas um percurso de imagens” (MENEGETTI, 2016, p. 26).

As variações de reação ou comportamento de uma pessoa, se dá através da emoção, na qual são imagens que conseguem atingir o íntimo da pessoa, ou ainda através da sensorialidade que gera uma percepção da realidade, causando os mais diversos tipos de sentimento (MENEGETTI, 2008).

Com tudo é preciso iniciar uma informação de responsabilidade (MENEGHETTI, 2019), pois segundo o autor todos têm uma parte de responsabilidade e se deve iniciar uma pedagogia com o objetivo de responsabilizar e ensinar os comportamentos de cada situação.

Segundo a Ontopsicologia, o poder da imagem impacta na atividade psíquica, ou seja, as imagens levam cada pessoa a sentir reações de modo diferente, visto que para cada ser humano a imagem faz realidade de forma diferente, levando em consideração o que cada indivíduo possui dentro de si e cada indivíduo deve ter a responsabilidade pedagógica sobre as informações.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabe-se que o uso de IA representa um avanço no ramo da tecnologia, porém o uso dessa ferramenta deve ocorrer de modo transparente, bem como as empresas que utilizarem desta tecnologia para suas atividades principalmente em situações de uso de figuras públicas já falecidas, como o caso da Volkswagen que devem levar em consideração o impacto emocional que o receptor pode sofrer com está informação.

De acordo com a Ontopsicologia as imagens têm um grande poder de influenciar nas reações e emoções do ser humano, e impactam sua percepção da realidade e seu comportamento. É importante compreender em que momento isso pode afetar a distinção da realidade e entre o mundo artificial.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

DEEPFAKE: **a era digital e o fim do direito à imagem**. Ciência Digital, 6 jun. 2018. Disponível em: <http://www.cienciadigital.com.br/2018/06/06/deepfake-era-digital-e-o-fim-do-direito-imagem/>. Acesso em: 22 jun. 2024.

FRAIFELD, Nathalia. **A Interseção Entre Direitos Autorais e Deepfakes**. UFRF, Rio de Janeiro. 2022. disponível em <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/20247/1/NFraifeld.pdf>. Acesso em: 17 jul 2024.

KORSHUNOV, P., & Marcel, S. (2019, June). **Vulnerability assessment and detection of deepfake videos**. In 2019 International Conference on Biometrics (ICB) (pp. 1-6). IEEE. GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1109/ICB45273.2019.8987375>. Acesso em 17 jul 2024.

MENEGHETTI, Antonio. **A Imagem Alfabeto da Energia**. 5.ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Ed. Univ. 2016.

MENEGHETTI, Antonio. **Psicologia do Líder**. 4 ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2008

MENEGHETTI, Antonio. **Sistema e Personalidade**. 3 ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2019.

REVISTA EXAMES; **Implicações do uso da deepfake para a sociedade**. Dez 2022 <https://exame.com/bussola/implicacoes-dos-usos-da-deepfake-para-a-sociedade/>. Acesso em 31 jul. 2024.

SILVA DANIELE, Junior Francisco, Silva Tatiana, Nunes João; **Características de pesquisas qualitativas: estudo em teses de um programa de pós-graduação em educação.** Educação em Revista. 2022; V. 38.

SPENCER, Michael K. **Deep Fake, a mais recente ameaça distópica.** Tradução de Gabriela Leite. Disponível em: <https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/deep-fake-a-ultima-distopia/>. Acesso em 17 jul 2019.

VOLKSWAGEN DO BRASIL. VW 70 anos | Gerações | VW Brasil. 2023. 2min, son., color. Disponível em: <https://youtu.be/aMl54-kqphE?si=E7dXdRAxu7C7geTX>. Acesso em: 31 jul. 2024.

VW. VW Brasil: 70 anos. 2023. Disponível em: <https://www.vw.com.br/pt/volkswagen/70-anosbrasil.html>. Acesso em: 31 jul. 2024.