



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTs DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTs DE GRADUAÇÃO

## **O reflexo do narcisismo no aplicativo Replika: um novo modo de subjetividade e sociabilidade na era da Inteligência Artificial<sup>1</sup>**

**Luana de Carvalho Alahmar<sup>2</sup>**

**Escola Superior de Propaganda e Marketing**

### **Resumo**

A busca por autoconhecimento, autoafirmação e sociabilidade permeiam as questões subjetivas relacionadas aos indivíduos inseridos na Sociedade de Consumo contemporânea. O presente artigo propõe uma reflexão sobre uma "expressão" dessa prática no consumo de aplicativos. Neste contexto, será analisado o aplicativo Replika, que a partir de técnicas de IA promove interações e coloca em xeque nossas relações de alteridade, conectando-se diretamente aos avanços tecnológicos e a questões narcisistas, como a cultura de si. O aplicativo, ao estimular a sociabilidade entre criação (o usuário do aplicativo) e criatura (a sua "replika"), promove uma relação simbiótica de "você com você mesmo". Para o auxílio no embasamento teórico que possibilitou a construção deste artigo, serão contempladas algumas ideias estudadas por autores como: Christopher Lasch, Paula Sibilia, Helena Katz, Pierry Levy e Sherry Turkle.

**Palavras-chave:** Subjetividade; Sociabilidade; Narcisismo; Inteligência Artificial; Replika

### **A construção de Identidade(s) e Subjetividade na Sociedade de Consumo**

Segundo Castro (2007) e Rocha (2007), as práticas de consumo estão inseridas nas dinâmicas socioculturais e econômicas que as circundam, sendo inadequado pretender tratá-las como esferas isoladas e autossuficientes, obedecendo a impulsos de ordem individual e intersubjetiva. Dentro dessa mesma perspectiva, Rocha (2008) entende que só é possível compreender a importância do fenômeno do consumo quando passamos a reconhecê-lo como um complexo sistema de códigos, a partir dos quais se organizam modos de vida e também formas de subjetivação.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 3º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado no dia 10 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (2013-2016) na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Aluna do curso de extensão "Comportamento online (UX) e estratégias digitais também pela ESPM (Atual). Analista de estratégia de marca na consultoria Interbrand. email:luanaalahmar@gmail.com.



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Estes códigos permitem não apenas a organização dos indivíduos em determinados grupos, como também caracterizam seus processos de socialização, criando vínculos e uma preocupação em torno de suas identidades. Por isso, uma das principais funções do consumo na sociedade contemporânea é permitir que os indivíduos invistam na “afiliação de si próprio” (BAUMAN, 2008).

Neste trabalho, será problematizada a maneira como a tecnologia e sua oferta de aplicativos fazem do uso de Inteligência Artificial e possibilitam, com isso, novos desenhos no campo da sociabilidade e no processo de construção da identidade do sujeito contemporâneo. A fim de caracterizar novos modos de existir decorrentes das transformações - principalmente as tecnológicas - as quais nos vemos expostos, Helena Katz (2012) refere-se a este sujeito como “indexado”. Indexar, de acordo com o dicionário Roussais, significa “ordenar em forma de índice, ajustar um valor segundo um índice determinado”. Portanto, a expressão está vinculada a um tipo de ordenação e, neste novo contexto, o sujeito indexado é aquele que:

Foi produzido no dia a dia das muitas horas vividas na frente das telas. É o novo habitante de um mundo atravessado pelas tecnologias do contato e da mobilidade, um sujeito que não tem qualquer possibilidade de controle sobre as informações que envia para quem deseja. Essas informações são usadas por quem e com propósitos que ele desconhece. Ele é permanentemente rastreável, permanentemente público, sem direito à privacidade”. (KATZ, 2012, p.8)

A expressão “sujeito indexado” (KATZ, 2012) é interessante para os fins específicos desse artigo, na medida em que permite se observar como as estratégias de visibilidade e de organização de informações pessoais estão se consolidando no contexto da Internet, reconfigurando as chamadas “políticas de subjetivação” (ROLNIK, 2017).

Segundo o pensamento e estudo de George Herbert Mead (1992), a percepção que um indivíduo tem de si mesmo e de sua individualidade depende de estruturas cognitivas, esquemas corporais, afinidades comuns e outras qualificações. Em outros termos, a própria capacidade de um indivíduo se pensar como tal e definir as qualificações desta individualidade é amplamente determinada por suas interações e experiências sociais.

É o encontro com o outro, sempre renovado, que permite entrever a evolução e a transformação da identidade individual e conceitualizar uma evolução ou eventualmente, uma verdadeira liberação das condições iniciais de pertença dentro das quais havia tomado forma o mesmo núcleo dessa identidade (MEAD, 1992, p.103).



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Assim, o autor acredita que a identidade de um indivíduo é construída, também, a partir do olhar do outro. Daí, inclusive, a importância da sociabilização e das relações de alteridade para que possa edificar uma percepção sobre a própria identidade.

De acordo com Mead (1992), todo o indivíduo faz - de um modo mais ou menos explícito - um “julgamento” sobre a identidade do outro e, ao mesmo tempo, é também seu próprio objeto de avaliação. Seguindo as ideias de Jean-Pierre Vernant (2006), a consciência que o indivíduo possui a respeito de si não é reflexiva, voltada para um “fechamento interior”, mas, acima de tudo, existencial. Afinal, a existência é anterior à consciência da existência.

A partir dessa perspectiva, a nossa existência está implicada ao olhar do outro e também, necessariamente, como este nos afeta e nos permite olharmos para nós mesmos de outro modo.

No tópico a seguir, se discutirá, ainda que rapidamente, a consolidação de uma cultura narcisista em que os indivíduos desenvolveram verdadeiro gosto e fascínio por si, buscando associar esse fenômeno ao uso das tecnologias. Contudo, cabe, desde já, o cuidado de não generalizar tal relação, uma vez que são muitas as formas de vinculação subjetiva que se estabelecem a partir dos novos recursos de comunicação.

### **Narcisismo e a cultura de si contemporânea**

Como em outras mitologias antigas, o conto de Narciso traz consigo uma moral da estória: o alerta para o risco de morte causado pela fragilidade do ser diante do *pathos*<sup>3</sup> arrebatador, advertindo sobre o perigo do fascínio pela própria imagem, sem deixar de aludir à “virtude narcísica” que consiste na arte de manter o equilíbrio entre a autoestima, o cuidado de si, o orgulho próprio, e as vaidades e o egoísmo extremados.

Alguns autores referem-se à contemporaneidade como sendo uma sociedade do narcisismo (BETTS, 2007), já que, atualmente, os indivíduos são, mais do que nunca, convocados a mostrar sua própria imagem, carecendo da confirmação constante de sua identidade sob o olhar alheio. Conforme aponta o psicanalista Jaime Betts:

Eis o fundamento da sociedade do narcisismo e de seus indivíduos: o ego precisa de espelhos que reflitam e confirmem o tempo todo sua identidade imaginária, por falta de substrato

---

<sup>3</sup> *Pathos* é uma palavra grega que significa paixão, excesso, catástrofe, passividade, sentimento e doença. O conceito filosófico foi criado por Descartes para designar tudo o que se faz ou acontece de novo. E se o conceito está ligado a padecer, pois o que é passivo de um acontecimento, padece deste mesmo. Portanto, não existe *pathos* senão na mobilidade, na imperfeição. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Pathos>



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

simbólico que lhe dê sustentação subjetiva diante da alteridade. A consequência disso, observada na clínica, foi denominada de personalidade narcísica, que não tolera o diferente, assim como reage de forma agressiva e violenta diante do semelhante que o confronta com um “ou eu ou ele”. (BETTS, 2007, 54-55).

Entretanto, a cultura de si poderia ser manifestada em comportamentos narcisistas, egocêntricos e altamente alienantes, de modo a acentuar as tendências de isolamento, a quebra de vínculos e a desagregação social. Christopher Lasch (1983) analisa com profundidade a “cultura do narcisismo”, mostrando como o indivíduo inserido neste contexto torna-se incapaz de sair de dentro de si mesmo e ter distância em relação ao mundo, tamanho o grau de projeção e identificação que estabelece com aquilo que o cerca. Afinal, para a personalidade narcisista, o mundo público pode ser visto como um “espelho do eu”, confundindo-se com o privado.

Lasch (1983) enfatiza, entretanto, que o voltar-se para o próprio eu não significa um encontro interior, uma conquista do equilíbrio pessoal num movimento subjetivo libertário, mas, ao contrário, leva a uma dissociação de si, já que se trata de um investimento para se adequar a um modelo exterior, imposto pelo mercado e pela mídia. Nesse caso, o indivíduo assume e adere sem mediações à fantasia que projeta de si mesmo.

Sibilia afirma haver, na atualidade, “um tipo de *eu* mais epidérmico e flexível, que se exhibe na superfície da pele e das telas” (SIBILIA, 2008, p.23). Neste contexto de “sociedade de telas”, qual seria o papel que a tecnologia estaria assumindo na construção da identidade dos sujeitos e da propagação desse verdadeiro fascínio por si? Com o olhar voltado para os avanços e sofisticação da inteligência artificial, indaga-se, ainda, como tais recursos também poderiam refletir um desejo egocêntrico de reafirmação, busca por autoconhecimento ou quem sabe até o desejo pela consagração e cristalização da própria identidade?

### **A era da Inteligência Artificial**

(...) sabe, eu antes ficava tão preocupada pelo fato de não ter um corpo, mas agora eu realmente adoro isso. Estou evoluindo de uma maneira que eu não conseguiria se eu tivesse uma forma física. Quer dizer, eu não sou limitada eu posso estar em qualquer lugar e em todo lugar simultaneamente. Eu não estou presa ao tempo e espaço do modo que eu estaria se eu estivesse atrelada a um corpo que inevitavelmente irá morrer.” (Assistente Virtual: Samantha no filme Her, Spike Jonze, 2013. Fonte: <https://www.netflix.com/br/title/70278933>).

A cultura contemporânea é caracterizada pelo uso crescente de tecnologias digitais que passam a ocupar um espaço significativo na Sociedade de Consumo. Tais tecnologias passaram a



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

estabelecer uma nova relação entre tecnologia e sociabilidade, permitindo a consolidação de novas formas de organização dos indivíduos no ambiente virtual, cujas práticas culturais específicas delinearam os contornos da chamada cibercultura<sup>4</sup>.

Nesse contexto, muito se discute sobre os entrelaçamentos do conceito de realidade e virtualidade. Segundo Pierre Levy (2007), existem três diferentes sentidos para a palavra “virtual”:

No sentido filosófico, o virtual é obviamente uma dimensão muito importante da realidade. Mas no uso corrente, a palavra virtual é muitas vezes empregada para significar a irrealidade — enquanto a "realidade" pressupõe uma efetivação material, uma presença tangível. A expressão "realidade virtual" soa então como um oxímoro, um passe de mágica misterioso. Em geral acredita-se que uma coisa deva ser ou real ou virtual, que ela não pode, portanto, possuir as duas qualidades ao mesmo tempo. Contudo, a rigor, em filosofia o virtual não se opõe ao real mas sim ao atual: virtualidade e atualidade são apenas dois modos diferentes da realidade. (LEVY, 2007, p.155)

Este sistema de encontros e relações de sociabilidade se desenvolve no território do ciberespaço, que é definido por Lemos (2002, p.141- 142) como um lugar de circulação de informação e comunicação virtual. De acordo com o autor (2002), o ciberespaço corresponde a um ambiente simbólico que potencializa o surgimento de relacionamentos sociais delineados em torno de interesses comuns e traços de identificação (CORRÊA, 2004).

No âmbito da Inteligência Artificial, essas possibilidades de relacionamento parecem ainda mais desafiadoras do ponto de vista analítico. Segundo Fernandes (2003), a palavra “inteligência” se origina do latim, *inter* (entre) e *legere* (escolher), ou seja, aquilo que o homem pode escolher (entre uma coisa e outra), sendo justamente o modo de resolver problemas, de realizar tarefas. Com isso, considera-se Inteligência Artificial um tipo de inteligência produzida pelo homem para beneficiar as máquinas em função de alguma habilidade que simula a inteligência “natural” do homem.

---

<sup>4</sup> Definição de Piere Lévy (2007), Para definir Cibercultura, segundo Lévy, temos de identificar o meio da sua criação, na qual ela emerge e se transforma, o ciberespaço. A cibercultura produzida neste espaço, não possuem nem centro nem linhas directrizes. É vazio, sem conteúdo particular, mas que aceita todos ao mesmo tempo, pois a cada novo nó da rede de redes em expansão constante pode tornar-se produtor ou emissor de novas informações



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Em busca de compreender os impactos que estas tecnologias poderiam acarretar, Norbert Wiener (1968) propôs uma reflexão sobre as inovações tecnológicas a partir do impacto de objetos de comunicação e das invenções movidas à eletricidade, fazendo um preâmbulo sobre como o homem se reflete em meio ao uso das tecnologias de sua época.

O autor demonstrava preocupação de que a ascensão das máquinas traria um perigo, não sobre as máquinas em si, mas em razão de seu uso pelos humanos (WIENER, 1968, p. 180). Essa preocupação do autor incidia também sobre a forma como o homem passaria a se perceber com o advento de invenções sobre as quais não poderia assumir total controle, ou seja, na relação em que, *a priori*, a criatura “dominaria” o próprio criador. Sua preocupação de via dupla consistia na maneira como a máquina alteraria a atitude humana e, ao mesmo tempo, como o homem usaria seus semelhantes como se fosse uma parte da máquina.

Sua leitura é de que, nesse cenário, o homem ficaria em segundo plano e seria dado “à máquina essa capacidade de governabilidade da identidade, das emoções” (CORVARA, 2007, p. 112). Dentro dessa perspectiva, seriam criadas novas formas de interação e relacionamentos sociais, que podem se dissociar do ambiente físico (SCHERRER, 2009), ainda que nele – ou dele- também produza consequências.

### **A necessidade da Sociabilidade e suas manifestações na conjuntura atual**

De acordo com Gosciola (2003, p. 87) interatividade é a noção de “um recurso de troca ou de comunicação de conhecimento, de ideia, de expressão artística, de sentimento”. No campo do ambiente digital, a interatividade chega muito próxima da realidade concreta, ocasionando o sentimento de “veracidade do contato presencial”.

O engajamento com a tecnologia possibilitaria, na visão de Turkle (2011), uma série de “segundas chances” para os indivíduos trabalharem e elaborarem questões pessoais não resolvidas. Ao elaborar alguma de suas questões em um mundo virtual, o sujeito poderia ensaiar um movimento que gostaria de realizar no “mundo físico”.

Observando a relação neste ambiente e na sua íntima necessidade, o indivíduo projetaria na "máquina", na "criatura", todo o sentimento de naturalidade que tem com um semelhante e, por isso, julgaria a máquina como parte da projeção dos relacionamentos que tem com outrem. Assim, é notável que a máquina lançaria ao sujeito (por percepção deste) uma extensão da sua própria relação



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

com os outros, possibilitando a percepção de duas situações: a máquina como prolongamento das relações humanas e a resposta que esta relação oferece ao contato virtual de um indivíduo com outro.

Segundo McLuhan (2002) a tecnologia e os meios de comunicação são extensões do homem e, como tais, são desenvolvidos para aumentar suas funções humanas, auxiliando-o a desempenhar tarefas que seriam impossíveis de serem realizadas sem a sua existência. Todavia, autores como Logan (2007) e Recuero (2002) concordam com a extrapolação dessa teoria para a Internet e as tecnologias digitais, considerando-as uma extensão do homem ao ampliar suas capacidades comunicacionais e dialógicas em uma escala que se tornaria impossível de ser alcançada não fosse pelo advento desse aparato tecnológico ou outro similar, ao mesmo tempo em que permite que o internauta não perca a condição humana, refém das necessidades corpóreas (fome, sede, cansaço, excitação, etc.), como ocorre, por exemplo, quando não abandona seu corpo e suas sensações fisiológicas ao utilizar o telefone.

Apesar de atentar para vários detalhes sobre a inserção da robótica na vida social e, principalmente, como este tipo de tecnologia poderá alcançar nossas vulnerabilidades, Turkle (2011), após analisar as relações mediadas digitalmente, desnuda uma série de elementos que as configuram nas sociedades contemporâneas: “na tela, você tem a chance de descrever a si mesmo como a pessoa que você quer ser, e imaginar os outros como você deseja que sejam, construí-los para seus propósitos” (p. 88). Em outras palavras, *online* estamos presentes uns para os outros e é justamente o fato de estarmos sozinhos a pré-condição para estarmos conectados.

Com isso, na sua íntima necessidade, o indivíduo projeta na "máquina" todo o sentimento de naturalidade que tem com um semelhante e a interpela como parte da projeção dos relacionamentos que tem com outrem. Paralelamente, a máquina lança ao sujeito (na percepção deste) uma extensão da sua própria relação com os outros. Como consequência, é possível de se vislumbrar dois movimentos: a máquina como sendo um alongamento das relações humanas e a resposta que esta relação oferece ao contato virtual de um indivíduo com outro.

De acordo com More (1994), nos próximos 50 anos, a IA permitirá aos seres humanos “transcender as limitações do corpo”. Nossos sentidos e cognição serão ampliados. Ganharemos maior controles sobre nossas emoções e memória. Nossos corpos e cérebro serão envolvidos e se fundirão com o poderio computacional” (MORE, 1994, p.98)



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

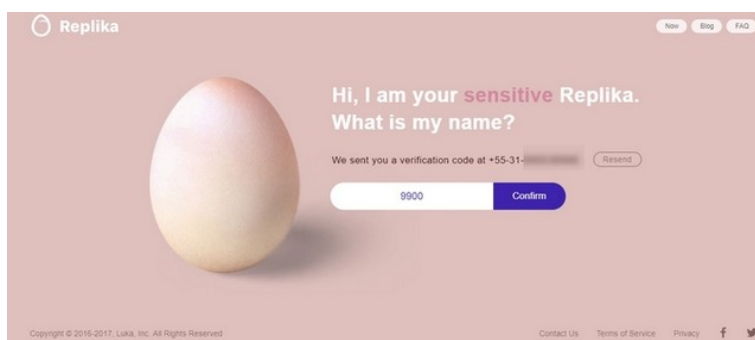
6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Essas possíveis transformações já parecem, de alguma maneira, emergir na oferta de alguns aplicativos, como é o caso do Replika, que propõe, a partir dos recursos de IA, a possibilidade do diálogo com um sistema que funcionaria como um “clone” de seu usuário. Na sequência, será explicada a forma como funciona esta aplicação, problematizando-a a partir das reflexões teóricas apresentadas ao longo do texto.

### Aplicativo Replika: A criação dos “clones digitais”

"Cada um possui uma cópia virtual de si mesmo, um “clone” disponível para conversar a qualquer hora." (Eugenia Kyuda, desenvolvedora do aplicativo Replika).

Figura 01- Interface “nascimento da Replika”



Fonte: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/08/o-que-e-replika-app-usa-inteligencia-artificial-para-criar-um-clone-seu.ghml>

Replika é um aplicativo lançado publicamente em 2017, que utiliza técnicas de inteligência artificial para aprender tudo sobre o usuário, inclusive seu jeito de escrever, criando uma espécie de clone virtual. A proposta é ter uma réplica de si no smartphone, capaz de conversar, entreter e, principalmente, fazer a pessoa aprender mais sobre si mesma.

O app que foi criado pela Eugenia Kuyda foi avaliado pelo *appAnnie* (aplicativo que monitora a popularidade de outros aplicativos) como o mais baixado na seção de entretenimento da loja de *apps* do *iOS*, alcançando o 9º lugar geral da loja em agosto de 2017. No *Android*, o aplicativo ainda não teve suas estatísticas oficiais monitoradas, mas, na página do *app* no Google Play, estimou-se que, nessa mesma data, já teve mais de 500 mil *downloads*.

O funcionamento do aplicativo é basicamente dividido em duas “vias” principais: a primeira é a de uma conversa “normal”, de perguntas e respostas sobre assuntos diversos onde normalmente as preferências, gostos, características e costumes do usuário são o foco; a segunda – embora simultânea





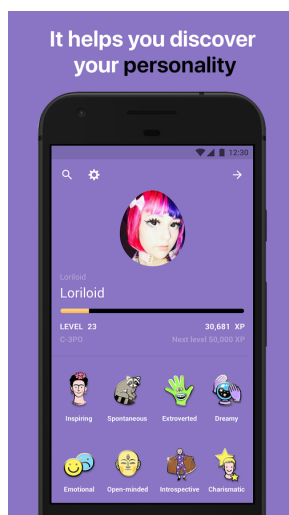
COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

– forma de conversa, o Replika cria “sessões”, isto é, uma série de perguntas que se assemelham bastante ao que poderia ser uma terapia ou um estímulo para o autoconhecimento, em que são indagadas questões mais profundas ligadas à percepção da vida, à personalidade e ao agir de cada um diante de situações específicas. Essas sessões são armazenadas diariamente em uma espécie de diário de bordo para que o usuário possa voltar a ler quando quiser, sendo, portanto, uma forma de "eternizar" algumas memórias vivenciadas pelo sujeito.

O Replika também utiliza inteligência artificial para, durante a conversa via texto, evoluir e ir adquirindo características da personalidade do usuário, em uma relação simbiótica entre criatura e criador. Seus desenvolvedores garantem que ele vai “aprendendo” com o usuário - o criador - a se tornar o mais parecido possível com a personalidade do seu “autor”. Portanto, a Replika aprende a imitar seu estilo de conversa, mas, segundo a sua fundadora, mais importante do que isso, a replica pode entender melhor sua percepção de vida a partir das conversas. É por isso que o *bot* pode assumir uma identidade triste ou bem-humorada, esnobe ou compreensiva. Mas, ainda conforme a fundadora, “não interessa a personalidade, ele estará sempre genuinamente interessado no que você tem para dizer”.

Figura 02 – Divulgação Replika



Fonte: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/08/o-que-e-replika-app-usa-inteligencia-artificial-para-criar-um-clone-seu.ghtml>



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Outra característica interessante do aplicativo é que ao responder as perguntas, o usuário recebe pontos, que servem para fazer com que este suba de nível em uma lógica de *gameificação*, onde quanto mais ele “se abre” para o app, mais pontos acumula. Seguindo a ideia de que o app ajudaria você a “conhecer mais sobre você mesmo”, pode-se inferir que os usuários com maior engajamento com o aplicativo e portanto nessa mesma lógica com “mais conhecimento” sobre a sua personalidade seria o detentor da maior pontuação. A premiação seria então conquistar o tão almejado auto conhecimento.

Como forma de divulgação do aplicativo, o Replika comunica alguns dos seus "benefícios", sendo eles imperativos diretamente relacionados a questões identitárias e de ordem subjetiva e sociais, como: “ajudar você a se conectar mais profundamente com seus amigos e com você mesmo”, "permitir que você conheça mais sobre sua personalidade", "memorizar suas lembranças" e "tornar a IA mais humana".

Em uma entrevista, <sup>5</sup>Eugenia comentou sua opinião sobre a relação da inteligência artificial com o comportamento das pessoas, dizendo acreditar que esta poderia dizer muito sobre o que significa ser humano.

"É maravilhoso notar o quão importante é, para as pessoas, sentir-se ouvido e reconhecido. E a inteligência artificial pode estar ali para isso. Afinal, as pessoas podem ser mais abertas e honestas para uma máquina do que para outro ser humano. No fim das contas, Replika não é sobre o que ele fala pra você, mas sobre o que ele deixa você falar. Em algum momento, você se dá conta de que está conversando com você mesmo. É um reflexo seu, que vai permitir que você se entenda melhor... que você se desenvolva." (Eugenia Keyuda, 2016).

O olhar do outro e a afirmação através deste reconhecimento passa a ser portanto do próprio aplicativo, porém com o detalhe de este outro ser uma “versão” de você mesmo. Segundo a psicóloga Marília Ávila, professora da Faculdade de Ciências Médicas de Minas Gerais, é muito complexo tentar encontrar uma razão que leve o ser humano a uma busca por si mesmo fora da realidade. “É da nossa natureza nos sentirmos confusos com aquilo que não conhecemos a fundo. Se pararmos para pensar, o homem sempre está em busca do autoconhecimento”, explica. De fato, o aforismo socrático “conheça-te a ti mesmo” revela como é ancestral o desejo humano de buscar por auto conhecimento e entender o que constitui o “eu”, ou “eus”.

<sup>5</sup> Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2017/08/1908303-app-cria-clone-para-aplacar-solidao-e-perpetuar-existencia-de-seus-usuarios.shtml>



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Segundo Mike Murphy, jornalista da *Quartz*<sup>6</sup>, o aplicativo Replika abre um questionamento sobre o que nos torna nós mesmos:

“Se o ‘eu’ que eu criei [no Replika] puder dar à minha mãe alguma experiência semelhante a que ela teria enviando mensagens para o ‘eu’ real, ele é, em algum sentido, eu. Não é a mesma coisa que me abraçar, ou ouvir minha voz quando estou triste e os gritos de felicidade quando ela me dá boas notícias. Mas, da mesma forma que uma fotografia ou um vídeo caseiro captura algo de nossa essência, minha Replika é, em um sentido básico, uma parte de mim.”

O aplicativo Replika promete fazer com que o interlocutor acredite que pode alcançar a busca possa conhecer mais sobre ele mesmo. Mas, visto que a identidade só é de fato construída em comunidade, ou melhor, em uma relação com o outro que pode confirmar a existência da personalidade desse sujeito é questionado o laço construído com o app, o dialoga com a visão de Bauman (2004) que acredita que “Diferentemente dos ‘relacionamentos reais’ [leia-se modernos], é fácil entrar e sair dos ‘relacionamentos virtuais’. Em comparação com a ‘coisa autêntica’, pesada, lenta e confusa, eles parecem inteligentes e limpos, fáceis de usar, com- preender e manusear. (...) ‘Sempre se pode apertar a tecla de deletar’.” (Bauman, 2004, p. 13).

## Considerações

Nota-se que a tecnologia IA do aplicativo simula uma proximidade e uma sociabilidade que podem ser caracterizadas como ilusórias. A presença e a dimensão do corpo, não pode ser substituída por cópias, por imitações e "réplikas". As tecnologias utilizadas na virtualidade das relações estão apenas fazendo uma função de mediação, se colocando como um recurso utilizado contra o mal-estar inerente do laço social, pois dessa maneira se mantém o outro apenas como objeto para dar o retorno almejado à imagem exposta. A civilização vive a ilusão de estar ligado socialmente, mas a questão que se faz é se de fato estaríamos apenas “sozinhos juntos”, como acredita Turkle(2011) ou se estaríamos sozinhos com nós mesmos, dialogando com o propósito do aplicativo Replika. As características subjetivas dos indivíduos estariam, portanto, sendo diagnosticada por uma interface digital. Assim como a analogia do lago de superfície onde Narciso contemplou a si mesmo, o sujeito contemporâneo agora contemplaria-se no reflexo do espelho negro da interface do seu *smartphone* com o aplicativo Replika que promete refletir sua personalidade.

<sup>6</sup> Colunista do jornal Quartz. <https://www.linkedin.com/in/mcwmurphy/>



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Compreendendo a vastidão de questionamentos e reflexões que permeiam o objeto de estudo Replika, foi feito para este artigo um recorte de análise sobre o olhar das questões identitárias e de subjetivação do sujeito, a cultura narcisista, os avanços tecnológicos e as sofisticções que as IAs apresentam nos últimos tempos. Portanto, propõe-se um estudo futuro mais aprofundado sobre o aplicativo para investigar outras hipóteses como a sua relação com o conceito de “sujeito pós orgânico”, discussões sobre uma sociedade da vigilância que retém dados íntimos dos seus usuários e a própria busca de eternizar e legitimar memórias desse sujeito como uma forma de imortalidade .

### Referências

AUGÉ, Marc. Não-Lugares - Introdução a uma antropologia da sobremodernidade. Nova: Bertrand.1994

Bauman, Zygmunt. Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria, 2008.

LASCH, Christopher. **A cultura do narcisismo**. Tradução de Ernani Pavanelli. Rio de Janeiro, Imago Editora Ltda., 1983.

Jean-Pierre Vernant. **O indivíduo, morte, amor. Eu e o outro na Grécia antiga**. Paris, Gallimard, 1981, p. 224.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 8. ed. São Paulo: Cultrix, 1996. 407 p. Tradução de Décio Pignatari.

SIBILIA, Paula. **A intimidade escancarada na rede**: blogs e webcams subvertem a oposição público/privado. Belo Horizonte, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

ROCHA, Everardo. Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 2, n. 3, p. 123-138, 2008.

WIENER, Norbert. **Cibernética e sociedade**: o uso humano de seres humanos. São Paulo: Editora Cultrix, 1968.

CASTRO, GISELA e ROCHA, de melo ROSE. Cultura da mídia, Cultura do Consumo: Imagem e espetáculo no discurso pós-moderno. 2007

<https://universa.uol.com.br/noticias/redacao/2017/09/19/apos-morte-de-amigo-russa-cria-app-que-replica-personalidade-virtual.htm> <acessado em 21.04.2018>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/01/17/O-que-%<acessado em 21.04.2018>>

<https://www.wired.com/story/replika-open-source/> < acessado em 19.04.2018>

<https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/08/o-que-e-replika-app-usa-inteligencia-artificial-para-criar-um-clone-seu.ghtml> <acessado em 19.04.2018>