

Interfaces antropomórficas/antropomorfizadas e o novo perigo da manipulação empática ¹

José Carlos Rodrigues ²

1. Resumo expandido

A comunicação digital contemporânea, impulsionada pelo avanço das tecnologias de inteligência artificial generativa (IAGen), como o ChatGPT, Gemini e outros produtos, tem modificado as formas de interação entre humanos e máquinas (FLORIDI; CHIRIATTI, 2020; AMARAL; XAVIER, 2022), também à medida em que grande parte das decisões e consultas são terceirizadas a plataformas digitais que, munidas de seus algoritmos, determinam o alcance e vieses de diferentes mensagens, influenciando a opinião pública e atitudes individuais (PARISER, 2012).

Mas as transformações recentes na comunicação digital e na cibernética vão muito além da evolução tecnológica, alcançando também o campo da interação afetiva e simbólica entre humanos e máquinas (PICARD, 2009; RODRIGUES, 2025) com, cada vez mais, interfaces digitais incorporando elementos que buscam simular empatia, compreensão e traços humanos (KÜHNE; PETER, 2023).

A adição de camadas antropomórficas ou antropomorfizadas às interfaces (como determinadas vozes, nomes aos agentes virtuais, turnos conversacionais, sinais de empatia e *personalidade*) inaugura um novo patamar de influência, em que vieses sociais enraizados na humanidade são acionados automaticamente por meio de processos cognitivos de inferência induzida (REEVES; NASS, 1996; EPLEY; WAYTZ; CACIOPPO, 2007), funcionando como variáveis de persuasão.

Apesar do uso intercambiável dos termos antropomorfização e antropomorfismo - ou do segundo ser parte do primeiro -, para efeito de futuro estudo sobre o impacto de traços de

¹ Trabalho apresentado no Eixo Temático 22 - Plataformas de Comunicação e IA do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

² Doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM-ESPM); Mestre em Comportamento do Consumidor (MPCC-ESPM). josecarlos.rodrigues@espm.br.

personalidade dos seres artificiais na persuasão, tais constructos são diferenciados tomando como referência Airenti (2015) – considerando a independência do *comportamento comunicativo* e do *meio físico* - e Rodrigues (2025) – que, para efeito de vitalização (*parecer vivo*, gerando a percepção de um *ser artificial*), considera forma e comportamento como complementares, mas independentes.

Alimentados pelos mecanismos de criação de empatia e vínculo emocional durante a interação (PICARD, 1997; TURKLE, 2011), IAGens conversacionais persuadem, geram vínculos parassociais (NOOR; RAO; TROSHANI, 2022; MAEDA; QUAN-HAASE, 2024) e reconfiguram normas de polidez e deferência que, por padrão, transferimos a outros humanos (NASS; MOON, 2000; KIESLER et al., 2008). Cabe mencionar Röhe e Santaella (2023) ao considerar que, ainda que tais sistemas não entendam “o significado daquilo que está escrito ou das imagens que produz, pois não tem consciência nem de si, nem consciência geral, não é isso que importa, pois ela responde e age como se tivesse.”.

Vínculos parassociais são descritos por Horton e Wohl (1956) relações unilaterais em que espectadores desenvolvem sentimentos de intimidade, amizade ou compromisso com figuras midiáticas, apesar da ausência de reciprocidade, fenômeno descrito classicamente pelos autores ao analisarem a ilusão de interação face a face (versus uma observação passiva) com apresentadores e personagens.

Especialmente com o avanço da inteligência emocional das máquinas, essas interações podem evoluir para uma espécie de *pseudo-intimidade*, em que o usuário experimenta emoções conscientes ou inconscientes durante a interação, recebendo respostas capacitadas a simular empatia e compreensão (WU, 2024). Desta forma, a empatia gerada pelo antropomorfismo nessas interfaces pode ser explorada para personalizar ainda mais a persuasão algorítmica.

Ao criar a ilusão de um *relacionamento* ou *compreensão mútua*, tais ferramentas de propriedade das *Big Techs* podem aprofundar o engajamento do usuário, tornando-o mais propenso a internalizar as mensagens e recomendações veiculadas pelos algoritmos (TURKLE, 2011). Isso não apenas reforça os *filtros-bolha* (PARISER, 2012) e a polarização, mas também pode levar a uma dependência cognitiva, onde as IAGens passam a mediar grande parte das interações e

decisões cotidianas, levantando questões sobre a autonomia individual e a agência no ambiente digital (ZUBOFF, 2021).

Por exemplo, *chatbots* como o Replika (<https://replika.com/>) têm sido usados como companhias virtuais, capazes de proporcionar suporte emocional, amizades e até relacionamentos românticos simulados, oferecendo uma forma de companhia constante, personalizada e livre de julgamentos (CIRIELLO et al., 2024). O ChatGPT e outras ferramentas de IAGen conversacionais têm sido usadas - formal ou informalmente - como suporte emocional, especialmente em contextos de saúde mental e suporte emocional (YANG; OSHIO, 2025)

Conforme Regis (2023), a integração entre cognição e afeto na comunicação humano-máquina, com a capacidade de máquinas simular emoções humanas, facilitaria a interação e influenciaria na forma como os humanos percebem esses sistemas, promovendo assim novas dinâmicas de subjetividade e vínculo afetivo com a tecnologia. Nawar (2024), por sua vez, ao investigar o uso de expressões sociais como “*Please*” (Por favor) e “*Thank you*” (obrigado) em IAGens, destacou que essa dimensão pragmática da *educação digital* transcende a máquina em si e dialoga com a construção de comportamentos comunicativos mais conscientes e respeitosos no ambiente digital.

Nesta dinâmica de interação entre máquinas e humanos, concorda-se com Placani (2024) em que atribuir traços humanos infla e distorce o entendimento público e midiático das capacidades de IA, como nos exemplos citados pela autora: robôs-espetáculo como *Sophia*, que receberam cobertura midiática performática (que chegou até a receber cidadania saudita), gerando a impressão de agente social *quase humano*, quando, tecnicamente, é um sistema roteirizado de interação social com forte componente de marketing; ou coberturas jornalísticas que descrevem sistemas como AlphaZero com termos como *insight*, *sabedoria* e *intuição*, categorias psicológicas humanas aplicadas a desempenho algorítmico em jogos (PLACANI, 2024).

Entretanto, apesar da crítica fundamentada da autora às analogias simplificadas com características humanas e de seres vivos, vê-se que o fenômeno social, segue e seguirá existindo, gerando impactos no comportamento humano. Para tanto, toma-se como base a Teoria Ator-Rede de Latour (1994) e a convivência entre quase-sujeitos e quase-objetos, na qual objetos não são

meros instrumentos passivos, mas participantes das ações como atores em redes sociotécnicas, em que a agência é distribuída entre humanos e não-humanos.

Em nível individual, tal acoplamento tende a elevar a conformidade a conselhos, reduzir a busca por fontes alternativas e aumentar a dependência da mediação algorítmica, na medida em que o enquadramento afetivo reforça a adesão aos modelos padrão e à curadoria personalizada (SUNSTEIN, 2018; PASQUALE, 2015; ZUBOFF, 2021), ainda que as escolhas individuais desempenhem um papel mais forte em limitar a exposição a conteúdos que cruzem linhas ideológicas (BAKSHY; MESSING; ADAMIC, 2015).

Já em nível coletivo, os mesmos mecanismos podem intensificar dinâmicas de *câmaras de eco* (SUNSTEIN, 2018), acelerar a difusão de narrativas e tornar mais eficiente a microsegmentação política, ampliando assimetrias informacionais sob o verniz de empatia e *proximidade* do agente (SUNSTEIN, 2018; PARISER, 2012).

Por sua vez, a literatura sobre arquitetura de escolha demonstra que sugestionamentos (*nudges*) em ambientes de plataforma, tais mecanismos operam por meio de curadoria algorítmica, configurações padrão e ciclos de *feedback* contínuos em larga escala. Integrados a sistemas de recomendação, publicidade política e assistentes personalizados, esses recursos permitiriam a configuração de *empurrões afetivos* contínuos, de baixo atrito e altamente adaptativos, combinando arquitetura de escolha (THALER; SUNSTEIN, 2019; SUNSTEIN, 2018) com sinais socioemocionais performados pela interface (MARCOS-PABLO; GARCÍA-PEÑALVO, 2022).

Crianças, adolescentes e pessoas em sofrimento psíquico constituem grupos de risco elevados em contextos de interação socioemocional mediada por IA, devido a maior susceptibilidade a laços parassociais em fase de formação de sua identidade e desenvolvimento da autonomia (GLEASON; THERAN; NEWBERG, 2017)

Plataformas digitais já exercem poder informacional por meio de curadoria algorítmica, segmentação comportamental e arquitetura de escolhas (MITTELSTADT et al., 2016). Ao converter sistemas interativos (como IAGens conversacionais) em *quase-outros* socialmente presentes, tais plataformas intensificam confiança, conformidade e abertura emocional, reconfigurando a influência sobre opinião e conduta. Assim, incorpora riscos específicos de

manipulação afetiva, deslocamento de responsabilidade e distorção de julgamentos morais sobre sistemas de uma IAGen.

Em linha com as discussões sobre riscos de dependência de máquinas de Wiener (2019), *robôs emocionalmente inteligentes*, ou, *inteligência emocional artificial em robôs*, podem desenvolver uma relação empática que deixaria os humanos mais confortáveis na interação com robôs e outras máquinas (MARCOS-PABLOS; GARCÍA-PEÑALVO, 2022).

Como consequência, adiciona-se uma camada adicional na persuasão a partir do momento em que o indivíduo atribui à máquina (corporificada ou não) valores morais (KÜHNE; PETER, 2023). Desta forma, “[a] possibilidade de que robôs possam manipular emoções humanas ou criar laços afetivos que são essencialmente artificiais levanta questões sobre a autenticidade das interações e os possíveis impactos psicológicos nos interlocutores humanos.” (RODRIGUES, 2025, p. 26).

A *antropomorfização* e o *antropomorfismo* de sistemas amplia a capacidade das plataformas de moldar opinião e comportamento ao acionar heurísticas sociais profundas por meio de interfaces empáticas, persistentes e personalizadas (NASS; MOON, 2000; KIESLER et al., 2008; RODRIGUES, 2025). O benefício potencial, como acessibilidade, engajamento e suporte emocional não elimina o custo: maior opacidade sobre interesses, diluição de responsabilidade e intensificação de assimetrias informacionais em sistemas que simulam humanidade (PASQUALE, 2015).

Nesse contexto, a antropomorfização/antropomorfismo de sistemas não é um detalhe estético ou funcional, mas um dispositivo estratégico de ampliação da adesão, conformidade e dependência, especialmente em ambientes de plataforma que se beneficiam da captura de atenção, dados e comportamentos emocionais (PASQUALE, 2015; ZUBOFF, 2021). Ao institucionalizar uma ambiguidade de agência - em que o *não-humano* é percebido como *quase-outro* socialmente presente -, essas tecnologias diluem responsabilidades, obscurecem interesses comerciais e reconfiguram as subjetividades contemporâneas sob lógicas de otimização algorítmica e personalização afetiva.

Mais do que uma questão técnica, trata-se de um imperativo ético e político: preservar a autonomia humana em um ambiente ciber-cognitivo cada vez mais projetado para explorar nossas

fragilidades emocionais. Sem isso, o rosto empático da máquina pode tornar-se, silenciosamente, a máscara perfeita da manipulação invisível.

Palavras-chave

Cibercultura; Antropomorfismo; Seres artificiais; Manipulação de Opinião.

Referências

AIRENTI, Gabriella. The cognitive bases of anthropomorphism: from relatedness to empathy. *International Journal of Social Robotics*, v. 7, n. 1, p. 117-127, 2015.

AMARAL, Gustavo Rick; XAVIER, Fernando. A inteligência artificial e o novo patamar da interação humano-máquina. *TECCOGS: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas*, n. 26 / dez. 2022 p. 6-43.

BAKSHY, Eytan; MESSING, Solomon; ADAMIC, Lada. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, v. 348, n. 6239, p. 1130–1132, 2015.

CIRIELLO, Raffaele et al. Ethical tensions in human-AI companionship: A dialectical inquiry into Replika. *Proceedings of the 57th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2024.

EPLEY, Nicholas; WAYTZ, Adam; CACIOPPO, John T. On seeing human: a three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological review*, v. 114, n. 4, p. 864, 2007.

FLORIDI, Luciano; CHIRIATTI, Massimo. GPT-3: Its nature, scope, limits, and consequences. *Minds & Machines*, v. 30, p. 681–694, 2020.

GLEASON, Tracy R.; THERAN, Sally A.; NEWBERG, Emily M. Parasocial interactions and relationships in early adolescence. *Frontiers in psychology*, v. 8, p. 255, 2017.

HORTON, Donald; WOHL, Richard. Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *psychiatry*, v. 19, n. 3, p. 215-229, 1956.

KIESLER, Sara et al. Anthropomorphic interactions with a robot and robot-like agent. *Social cognition*, v. 26, n. 2, p. 169-181, 2008.

KÜHNE, Rinaldo; PETER, Jochen. Anthropomorphism in human-robot interactions: a multidimensional conceptualization. *Communication Theory*, v. 33, n. 1, p. 42-52, 2023.

LATOURETTE, B. *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica*. Tradução de C. A. Loureiro Borges. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

MAEDA, Takuya; QUAN-HAASE, Anabel. When human-AI interactions become parasocial: Agency and anthropomorphism in affective design. In: *Proceedings of the 2024 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*. p. 1068-1077. 2024.

MARCOS-PABLOS, Samuel; GARCÍA-PEÑALVO, Francisco José. Emotional intelligence in robotics: A scoping review. In: International conference on disruptive technologies, tech ethics and artificial intelligence. Springer, Cham. p. 66-75. 2022.

MITTELSTADT, Brent Daniel et al.. The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, v. 3, n. 2, p. 2053951716679679, 2016.

NASS, Clifford; MOON, Youngme. Machines and mindlessness: Social responses to computers. *Journal of social issues*, v. 56, n. 1, p. 81-103, 2000.

NAWAR, Essraa. Do You Say Please or Thank You to ChatGPT? The Subtle Influence of Prompt Engineering on Digital Civility. Chapman University, 2024. Disponível em:
https://digitalcommons.chapman.edu/librarian_articles/44/. Acesso em 10-ago-2025

NOOR, Nurhafiz; RAO HILL, Sally Rao; TROSHANI, Indrit. Artificial intelligence service agents: role of parasocial relationship. *Journal of Computer Information Systems*, v. 62, n. 5, p. 1009-1023, 2022.

PARISER, Eli. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2012.

PASQUALE, Frank. *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press, 2015.

PICARD, Rosalind. *Affective computing*. Cambridge: MIT Press, 1997.

PICARD, Rosalind W. Future affective technology for autism and emotion communication. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, v. 364, n. 1535, p. 3575-3584, 2009.

PLACANI, Adriana. Anthropomorphism in AI: hype and fallacy. *AI and Ethics*, v. 4, n. 3, p. 691-698, 2024.

REEVES, Byron; NASS, Clifford. *The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people*. Cambridge, UK, v. 10, n. 10, p. 19-36, 1996.

RÉGIS, Fátima. *Nós, ciborgues*. PUCPress, 2023.

RODRIGUES, José Carlos. A Antropomorfização, o antropomorfismo e a empatia artificial como moduladores da aceitação e riscos na interação humano-máquina. *Leitura Flutuante*, v. 17, n. 1, 2025.

RÖHE, Anderson; SANTAELLA, Lucia. Confusões e dilemas da antropomorfização das inteligências artificiais. *TECCOGS: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas*, n. 28, p. 67-75, 2023.

SUNSTEIN, Cass R. *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press, 2018.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Objetiva, 2019.

TURKLE, Sherry. *The second self: Computers and the human spirit*. Mit Press, 2005.



TURKLE, Sherry. *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books, 2011.

WIENER, Norbert. *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*. MIT press, 2019.

WU, Jie. Social and ethical impact of emotional AI advancement: the rise of pseudo-intimacy relationships and challenges in human interactions. *Frontiers in psychology*, v. 15, p. 1410462, 2024.

YANG, Fan; OSHIO, Atsushi. Using attachment theory to conceptualize and measure the experiences in human-AI relationships. *Current Psychology*, p. 1-12, 2025.

ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância*. Editora Intrínseca, 2021.