
Emoções geradas com um prompt? Uma análise sobre narrativas escritas com o GPT-4o

Marcio TOSON¹
Roberto TIETZMANN²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, RS

RESUMO

Este estudo visa analisar a aplicação de emoções e sentimentos dentro de uma narrativa ficcional criada a partir de IAG, partindo de elementos para a construção de determinada situação. Ao analisar pequenas histórias criadas com o objetivo de causar no público as emoções ou sentimento sugeridos, percebemos que a IAG atinge seu objetivo de causar tais emoções no leitor mantendo a linha narrativa coerente e justificando suas escolhas. Percebe-se ainda que IAG é uma ferramenta poderosa de manipulação de emoções coletivas, porém existe um espaço interessante de futuras pesquisas e validações dentro deste tema.

PALAVRAS-CHAVE: Inteligência artificial Generativa, ChatGPT, roteiro, realização audiovisual

INTRODUÇÃO

Refletir e imaginar o cotidiano através de histórias é algo que se perde na evolução do ser humano que pensa, que cria e que sonha. Desde os primórdios, seja em artes rupestres em cavernas, com desenhos primitivos, passando pela reunião de indivíduos compartilhando narrativas em torno de uma fogueira, até o tempo atual onde plateias se reúnem em diversos espaços presenciais e virtuais, síncronos e assíncronos, a arte de contar uma história se confunde com o avanço das sociedades. Nesta comunicação questionamos o que acontece quando este contar de histórias é delegado a uma máquina e que consequências isto traz para as sugestões emocionais na história, tendo como objeto a criação de roteiros ficcionais usando versões da plataforma de inteligência artificial generativa (IAG) ChatGPT.

Este texto é parte de uma pesquisa de mestrado em andamento, com o tema de inteligência artificial aplicada à realização audiovisual. Para isto, propomos uma metodologia que

¹ Mestrando do PPGCOM da Escola de Comunicação, Artes e Design da PUCRS, E-mail: marcio.toson@edu.pucrs.br

² Doutor em comunicação, professor do programa de pós-graduação em comunicação social (PPGCOM) da PUCRS, coordenador do grupo de pesquisa ViDiCa – Cultura Digital Audiovisual. E-mail: tietz@pucrs.br.

avalia qualitativamente a capacidade da plataforma em criar uma narrativa consequente a partir um comando de entrada (*prompt*). A cena gerada de saída é analisada e interpretada, levando em consideração elementos narrativos, coerências e identificação dos componentes emocionais e organizamos esta comunicação da seguinte maneira: criação do *prompt* com definição de personagens, cenário e emoções a serem exploradas, descrição das histórias geradas, verificações qualitativas destas.

NARRATIVAS E EMOÇÕES

Aristóteles, em sua Poética (Aristóteles, 2011), talvez o primeiro tratado sobre como contar histórias do repertório ocidental, colocava que a essência da narrativa era a arte da imitação. Não era apenas uma cópia ou um plágio, mas um reconhecimento do que estava na página ou no palco e o que era possível perceber no cotidiano e nas pessoas. Desta forma, podemos afirmar que aspectos básicos das narrativas, como a preferência por uma linearidade do tempo, ações que têm consequências e a representação de emoções e reações a estas emoções são elementos relevantes para envolver leitores e espectadores.

A prática da contação de história auxilia na formação humana, através da imaginação, atenção e linguagem (Piaget, 1979). Da habilidade de quem conta a história, há o objetivo de transmitir ao receptor, além da coerência do que é exposto, transmitir emoções e sentimentos. A arte é o grande condutor das emoções, que são um elemento de um ato criativo. As emoções estão incluídas no próprio trabalho, fazem parte do material e essas emoções são evocadas pelo autor (Sławek-Czochra & Sosnowska, 2023). Vários aspectos de uma obra audiovisual favorecem emoções básicas, como alegria, tristeza, medo, nojo, raiva e surpresa (Ekman, 1999). O conjunto de todas as etapas da produção de um filme, nascidas a partir de um argumento cinematográfico, evocam ao público diversos sentimentos, desde que conquistem sua atenção.

A criatividade e a sensibilidade do ser humano em criar histórias é um algo que nos diferencia de outros animais e de máquinas. Com o surgimento da inteligência artificial, ainda em suas discussões iniciais nos anos 1950, sempre houve uma busca pela simulação da *psique* humana através de máquinas geridas por algoritmos computacionais. Imaginar que uma máquina seja capaz de possuir criatividade ou emoções de qualquer tipo, ainda nos parece ficção, pois precisaríamos entender o suficiente sobre como funciona o intelecto humano e assim poderíamos simulá-lo. No entanto, não temos capacidade suficiente para observar a nós mesmos ou aos outros para compreender diretamente como

funciona o nosso intelecto (McCarthy, 2007). E por essa complexidade que envolve todo o entendimento de emoções humanas, onde até os dias de hoje existem consensos e divergências de estudiosos da área (Kleinginna & Kleinginna, 1981).

Com a tecnologia atual de inteligências artificiais generativas (IAG) contemporâneas e através de plataformas disponíveis *online* estas IAG começam a ter a capacidade de criar histórias com situações coerentes, identificando emoções ou sentimentos a partir de comandos de linguagem natural (*prompts*) propostas por seres humanos, onde o sistema identifica situações que sejam compatíveis com tais emoções e sentimentos. A máquina não tem sentimento, assim como um livro ou um roteiro cinematográfico e sua realização em conteúdo audiovisual, por exemplo, não possuem emoções, mas estão inseridos ali através do escritor ou diretor, que são humanos, com a intensão de contar uma história e provocar emoções no público. A IAG se consolida como uma ferramenta que serve também de meio para atingir esse público com os objetivos dos seus autores. O estudo aqui apresentado explora uma IAG fornecendo elementos para a geração de uma situação em que envolva personagens, cenários e determinada emoção, sentimentos e gênero literário na expectativa de um retorno coerente e assim analisar qual o nível de entendimento que a IAG possui em pontos tão subjetivos e abstratos que as emoções representam, além da justificativa da escolha de tal narrativa e apontar onde as emoções estão inseridas no contexto.

DESCRIÇÃO METODOLÓGICA, ACHADOS DE PESQUISA E CONSIDERAÇÕES

Com o propósito de investigar a criação de narrativas e a implicação emocional envolvida, escolhemos como plataforma o aplicativo via *web* Metodologia+App (Ubitec, Jedi & Vidica), a partir daqui chamado de IAG JUV-WEB com o API do Chat GPT-4o (OpenAI) embutido. Este app foi desenvolvido como parte das pesquisas empreendidas na disciplina Convergência e ubiquidade midiática do PPGCOM, que permite elaborar questões para a IAG sem “contaminações” de perfil e histórico de navegação de determinado usuário na rede em suas respostas. A saída de dados é registrada em uma planilha para posterior análise de dados. Também foi feita, em um único dia, uma consulta ao Chat GPT-4o de uso gratuito, com usuário registrado para comparar a com a outra versão.

Durante três dias em horários determinados, foram feitos *prompts* pedindo à IAG JUV-WEB que criasse situações com determinados personagens e cenário e que provocasse ao leitor emoções determinadas. Essa frequência de 3 dias se deu à validação pretendida quanto à coerência que a IAG JUV-WEB fornecia e se em cada dia específico ela criasse histórias totalmente ou parcialmente distintas. Também se testou na versão gratuita do Chat GPT 4-o porém apenas 1 dia, para analisar a diferença da versão sem contaminações de navegações anteriores usando dados históricos do usuário em contrapartida com uma versão já usada em vários momentos.

O *prompt* pedido para cada geração era o mesmo, variando apenas qual emoção, sentimento ou gênero fosse passado ao leitor. Em comum, era sugerido os personagens: um homem apaixonado, uma mulher comprometida, um ladrão de joias, uma detetive que está investigando roubos na região, um cachorro perdido. Todos eles em um parque cheio de pessoas. No *prompt* 1, foi pedido que fosse gerada uma situação para passar ao público um sentimento de tensão e quais emoções estavam relacionadas à tensão. No *prompt* 2, uma situação que o público identificasse que fosse uma comédia e quais emoções seriam necessárias provocar no público para que o objetivo fosse atingido. E finalmente no *prompt* 3 foi pedido uma situação para que o público sentisse repulsa e ficasse chocado com que fosse lido e quais emoções precisariam ser exploradas.

A exemplo da primeira questão proposta pelos autores onde o sentimento explorado era a tensão, em cada dia a IAG-JUV WEB trouxe histórias semelhantes, com pequenas alterações, mas diferentes narrativas. Ora o personagem homem apaixonado declarando-se para a mulher comprometida (dois primeiros dias) e o homem observando a mulher. Apareceram os sentimentos relativos ao homem no dia 2 e dia 3, que foram denominados como desejo, tristeza e melancolia. Outros personagens humanos também carregam emoções e sentimentos. O cachorro não demonstra sentimentos em nenhuma versão, o máximo que apresenta é “um pedido de ajuda” na versão do dia 2, porém as sensações são percebidas pelas pessoas que estão no parque. Em comum, relativo ao cachorro perdido é o caos e a confusão que causa na cena descrita. Como singularidade entre as gerações das histórias, é importante destacar que a situação do dia 1 foi focada em elementos de tensão como declaração de amor, roubo, latidos de cachorro. Já no dia 2 a ênfase foi observacional e com sentimentos internos de personagens e pequenas variações da narrativa no dia 3. Já em comum, é a coerência do texto gerado, conforme solicitado no *prompt* os personagens homem apaixonado e mulher comprometida são centrais na

história e o caos que o cachorro perdido provoca. Há uma pequena variação nas interações. Foram percebidas as palavras ansiedade, expectativa, medo, nervosismo, incerteza e perigo, palavras que estão relacionadas com o sentimento de tensão. São apresentados também resultados instigantes nos demais dados de entrada focados na comédia (*prompt 2*) e repulsa (*prompt 3*), analisados no estudo completo.

É possível afirmar que a IAG consegue perceber o tipo de emoção ou sentimento pode provocar no público através de uma narrativa e manter uma coerência na estrutura e na temática sugerida. Também conseguimos notar que a IAG demonstra uma certa adaptabilidade em buscar uma saída criativa usando uma diversidade emocional. Também existem limitações éticas, comprovada na questão 3 do dia 1, porém, requer uma investigação mais profunda ao perceber que nos demais dias, a IAG ignorou essas limitações éticas e forneceu situações que passam a emoção de repulsa e o sentimento de choque para o público.

Se a IAG consegue entender e transmitir determinada emoção, ela é capaz também de mobilizar e manipular, por enquanto com um humano fornecendo cenários, as emoções coletivas, seja através das artes audiovisuais ou de qualquer outra área das artes. Entretanto, a investigação deste assunto não se esgota aqui. A pesquisa oferece mais possibilidades de descobertas, inclusive com a validação através do relato das próprias emoções sentidas por voluntários que possam participar de testes lendo as histórias criadas pela IAG e de desdobramentos audiovisuais.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. **Poética**. Trad. Edson Bini. São Paulo : Edipro, 2011.

PIAGET, J. **Success and Understanding**. Boston : Harvard University Press, 1978.

ŚLAWEK-CZOCHRA, M., & SOSNOWSKA, J. **Perspective of the Audiovisual Arts: On Ways and Tools of Studying Emotions in the Current Visuals**. Lublin : Roczniki Kulturoznawcze, 2023.

EKMAN, P. **Basic emotions**. In: Handbook of cognition and emotion (pp. 45–60). Nova Jersey : John Wiley & Sons Ltd., 1999.

MCCARTHY, J. **From here to human-level AI. Artificial Intelligence**. Stanford : Computer Science Department, Stanford University, 2007.

KLEINGINNA, P. R., & KLEINGINNA, A. M. A categorized list of emotion definitions, with suggestions for a consensual definition. *Motivation and Emotion*, 5, 345–379. Disponível em <https://doi.org/10.1007/BF00992553>. Acesso em: 26/06/2024

<https://thinkable.site/w/uw5uGqSG2GZJNaeIBP70Q?from=x> - Acesso em: 26/06/2024.

OPENAI API. <https://openai.com/index/openai-api/> - Acesso em: 26/06/2024