

A comunicação antes da linguagem: a questão da sofisticação da IA Generativa¹

Jullena Normando²

Luiz Signates³

Universidade Federal de Goiás - UFG

RESUMO

A evolução da IA generativa desafia pressupostos das teorias da comunicação. Com base em Braga (2017), que argumenta que a comunicação precede a linguagem, e Esposito (2017), que vê a IA como simulação da comunicação social, este estudo investiga, teoricamente, se modelos como o ChatGPT ampliam a interação humana ou se apenas instauram uma nova interatividade algorítmica. A pesquisa problematiza a mediação comunicacional por algoritmos e discute implicações éticas desse acoplamento ao sistema social.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Inteligência Artificial; Mediação Algorítmica, Acoplamento, Simulação

INTRODUÇÃO

A ascensão dos modelos de inteligência artificial generativa, como o ChatGPT e Deepseek, tem provocado um deslocamento significativo nas concepções clássicas sobre a relação entre comunicação e linguagem, desafiando pressupostos das teorias da comunicação. Na tradição das teorias da comunicação de massa, os processos comunicacionais eram frequentemente concebidos como fluxos unidirecionais de informação, organizados a partir da lógica emissor-mensagem-receptor, conforme os modelos de Lasswell e Shannon & Weaver. Com a emergência dos estudos culturais britânicos e mesmo as pesquisas funcionalistas norte-americanas sobre os efeitos, essa visão foi tensionada pela constatação empírica dos efeitos limitados ou de longo prazo, pela existência de filtros e mediações inscritos estruturalmente nos processos relacionais, pelo reconhecimento da complexidade dos processos de significação e pela ênfase nas dinâmicas de recepção, que destacam a negociação ativa dos sentidos pelos públicos e sua capacidade de resistência ou apropriação dos discursos midiáticos.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Inteligência Artificial: usos e perspectivas críticas (GT23SE), evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Docente na Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO), Doutoranda em Comunicação na Universidade Federal de Goiás (UFG), junormando@gmail.com

³ Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Docente do PPGCOM-UFG, signates@ufg.br

Paralelamente, os estudos de recepção, impulsionados na América Latina por autores como Martín-Barbero, aprofundaram a compreensão das mediações culturais e tecnológicas na construção e na negociação do sentido. Nesse contexto, a IA generativa reconfigura radicalmente essas abordagens ao introduzir um novo agente comunicacional: algoritmos que não apenas mediam, mas também produzem enunciados, simulam interações e modulam a circulação de discursos dentro das infraestruturas digitais. Assim, o debate contemporâneo exige um diálogo entre as abordagens sistêmicas da comunicação, as teorias críticas sobre plataformas digitais e a reflexão sobre os limites e possibilidades de agência na comunicação mediada por IA.

Diante desse cenário, este estudo busca responder à seguinte questão: de que maneira a crescente sofisticação dos modelos de inteligência artificial generativa, como o ChatGPT, desafia e ressignifica a relação entre comunicação e linguagem, considerando (1) a concepção de comunicação como um processo que precede a linguagem (Braga, 2017), (2) a noção de comunicação artificial baseada na simulação interacional (Esposito, 2017) e (3) as implicações políticas e epistemológicas das plataformas digitais na mediação da comunicação (Gillespie, 2010; Ananny & Crawford, 2016; Normando e Signates, 2025)? Para isso, adota-se uma abordagem teórico-analítica, fundamentada na revisão crítica da literatura sobre teorias da comunicação e estudos de inteligência artificial.

COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM

A concepção tradicional da comunicação muitas vezes a associa diretamente à linguagem, compreendendo-a como um fenômeno estruturado por sistemas codificados de signos. Dentre as definições possíveis atribuídas ao conceito de comunicação, a acepção linguística é uma das mais relevantes, e, no nosso campo, tal designação se articula com outras, de origem sociológica, informacional ou até ética (comunicação como consenso ou diferença), numa demonstração da enorme diversidade de abordagens existente na área da comunicação no Brasil, o que é uma virtude de complexidade, quando não se desfaz em dispersão e exogenia (Signates, 2022; 2025).

Contudo, um dos principais autores brasileiros da vertente socio-linguística da comunicação, José Luiz Braga (2017) argumenta que a comunicação precede a linguagem e não se limita a um processo de transmissão de mensagens previamente organizadas.

Para o autor, a comunicação é antes um fenômeno relacional e situacional, emergindo da necessidade de interação e coordenação entre os sujeitos. Nessa perspectiva, a linguagem surge como uma formalização secundária desse processo primário, estruturando e expandindo as possibilidades de comunicação, mas não a determinando em sua totalidade.

Braga (2017) caracteriza a comunicação como dinâmica e tentativa, na qual os interlocutores ajustam estratégias para a compreensão mútua. “A comunicação envolve sempre um aspecto tentativo” (BRAGA, 2017, p. 35), pois não há garantias de entendimento pleno, exigindo adaptação constante. Portanto, a comunicação não se reduz à aplicação de um código fixo, mas se desenvolve por meio de um processo de tentativa e erro, no qual os sujeitos negociam significados e ajustam suas interações às condições contextuais. Como reforça o autor, “o código, sempre necessário, é insuficiente” (BRAGA, 2017, p. 38), pois a comunicação depende de fatores relacionais que ultrapassam a mera correspondência entre signos e significados.

Nesse contexto, a ascensão das inteligências artificiais generativas levanta novas questões sobre essa concepção de comunicação. Se a comunicação é um fenômeno que antecede a linguagem e se caracteriza por um jogo interacional aberto, até que ponto modelos de IA como o ChatGPT e Deepseek, podem ser inseridos nesse processo? Seriam essas tecnologias capazes de participar da comunicação em sua dimensão tentativa e relacional, ou sua operação se restringe à reprodução estatística de padrões linguísticos?

COMUNICAÇÃO ARTIFICIAL

Elena Esposito (2017) propõe o conceito de comunicação artificial para descrever o papel dos algoritmos na circulação da informação e na mediação das interações sociais. A autora argumenta que, ao contrário da inteligência artificial tradicional, que busca reproduzir a cognição humana, a comunicação artificial não se baseia na compreensão subjetiva, mas na organização e modulação da comunicação social. Em outras palavras, os algoritmos não precisam “entender” o significado do que processam para participar ativamente da comunicação. Para Esposito, os sistemas algorítmicos funcionam como mecanismos que filtram, redistribuem e amplificam conteúdos, influenciando a maneira como a sociedade acessa e interpreta a informação. Para ela, “os algoritmos não reproduzem a inteligência, mas a comunicação”

(ESPOSITO, 2017, p. 250), destacando que sua eficácia reside na sua capacidade de estruturar os fluxos comunicacionais, e não em qualquer forma de pensamento autônomo.

Esta concepção interpretativa não é ilegítima, mas não está, tampouco, isenta de críticas, porque está vinculada a uma definição muito específica de comunicação - a que a define como trânsito de informação, por suportes infotécnicos. Caberia, portanto, questionar até que ponto é possível pensar comunicação sem os fenômenos da consciência, do pensamento ou do afeto.

De fato, a base teórica da concepção da autora está na teoria dos sistemas de Niklas Luhmann, segundo a qual a comunicação não depende da intenção do emissor ou da completa compreensão do receptor, mas da coordenação de seleções entre informação, expressão e compreensão (LUHMANN, 2016). Esposito (2017) aplica essa lógica aos algoritmos, argumentando que eles “parasiticamente se aproveitam da contribuição dos usuários da web para criar um fenômeno de ‘dupla contingência virtual’” (ESPOSITO, 2017, p. 252). Esse conceito se refere ao fato de que, embora os algoritmos não possuam intencionalidade ou consciência, eles moldam a comunicação ao estruturar a forma como as mensagens circulam, criando regras de visibilidade e acesso à informação.

É importante destacar que a perspectiva de Esposito (2017) antecede a popularização dos Large Language Models (LLM)⁴, como GPT-3 e GPT-4, e modelos como BERT⁵ que atualmente desempenham papel central na comunicação mediada por inteligência artificial. Tais avanços permitiram que algoritmos deixassem de ser apenas filtros ou mediadores da informação e passassem a simular interações discursivas, aproximando-se ainda mais da comunicação artificial descrita por Esposito.

Diante desse cenário, torna-se necessário investigar até que ponto a comunicação artificial proporcionada por modelos como ChatGPT pode ser considerada um novo paradigma na teoria da comunicação. Se, para Esposito (2017), os algoritmos já participavam da comunicação ao modular a circulação da informação, os LLMs amplificam esse fenômeno ao gerar enunciados textuais e interagir diretamente com usuários humanos. Contudo, permanece a questão: essas interações podem ser

⁴ Os LLMs são sistemas de aprendizado profundo treinados em grandes bases de dados textuais para prever e gerar linguagem de forma estatística, sem qualquer compreensão real do significado (BOMMASANI et al., 2021).

⁵ BERT, (Bidirectional Encoder Representations from Transformers), desenvolvido pelo Google, aprimora a capacidade dos modelos de IA de interpretar contexto ao processar palavras em ambas as direções de uma sentença, aumentando sua precisão na produção de respostas textuais (DEVLIN et al., 2019)

consideradas comunicação no sentido luhmanniano ou são apenas simulações discursivas condicionadas por probabilidades estatísticas? Além disso, até que ponto a interação entre humanos e IA reconfigura os processos comunicacionais na sociedade digital? Essas perguntas orientam a análise deste estudo sobre os impactos epistemológicos da inteligência artificial generativa para a comunicação.

MEDIAÇÃO ALGORÍTMICA

Modelos como ChatGPT e Deepseek inauguram uma nova etapa da mediação digital, na qual IAs não apenas filtram conteúdos, mas geram discursos, remodelando fluxos informacionais e ampliando sua influência na esfera pública. Essa transição potencializa questões já debatidas por Gillespie (2010) e Ananny e Crawford (2016) sobre a influência das plataformas digitais na esfera pública, ampliando os desafios políticos e epistemológicos associados à mediação algorítmica. Se antes os algoritmos estruturavam a visibilidade da informação, os modelos de IA agora participam diretamente da produção do conhecimento, questionando noções tradicionais de autoria, curadoria e controle da informação.

As plataformas digitais, que historicamente se posicionam como espaços neutros de interação, desempenham um papel ativo na governança da comunicação pública. Gillespie (2010) argumenta que o termo “plataforma” é empregado estrategicamente por empresas como Google e Meta para sugerir um caráter passivo e democrático, quando, na realidade, essas infraestruturas delimitam ativamente o que pode ser visto, compartilhado e valorizado. Como enfatiza o autor, “as plataformas são construídas para parecerem passivas, mas seu design e governança afetam diretamente a visibilidade e a circulação do conteúdo” (GILLESPIE, 2010, p. 348). No contexto dos LLMs, essa estrutura se torna ainda mais complexa, pois as plataformas não apenas determinam o que é distribuído, mas também modelam os discursos possíveis ao fornecer respostas que se apresentam como neutras e objetivas.

A mediação algorítmica traz desafios epistemológicos. Ananny e Crawford (2016) questionam a transparência como reguladora, pois a abertura dos códigos não garante a compreensão dos efeitos algorítmicos. Nos LLMs, essa opacidade se agrava, pois eles não apenas priorizam conteúdos, mas moldam sentidos com base em probabilidades estatísticas, sem compreensão cognitiva do mundo.

O impacto político dessa mediação algorítmica também se manifesta na maneira como as plataformas exercem um poder seletivo sobre a circulação do conhecimento. Gillespie (2010) observa que as plataformas alegam neutralidade, mas, na prática, operam mecanismos de moderação e remoção de conteúdos que refletem interesses corporativos e regulatórios específicos. Com a incorporação de LLMs, esse controle se torna ainda mais sofisticado, uma vez que as inteligências artificiais podem ser programadas para gerar respostas alinhadas com determinadas diretrizes políticas, regulatórias ou comerciais. Evidentemente, tais direcionamentos ultrapassam o mero trabalho técnico dos algoritmos em funcionamento: são decisões corporativas e/ou políticas, tomadas a partir dos interesses em trânsito no âmbito da administração dessas empresas e orientadas para o controle de seus efeitos. Como apontam Ananny e Crawford (2016), “os algoritmos não são entidades isoladas; eles refletem e reproduzem relações de poder que moldam a esfera pública digital” (p. 981). No contexto dos modelos generativos, essa afirmação se traduz na necessidade de questionar quais interesses orientam a produção discursiva das IAs e como esses sistemas influenciam as dinâmicas informacionais da sociedade.

Este estudo examina como os LLMs redefinem a mediação da comunicação digital, ampliando o controle das plataformas e instaurando uma autoridade algorítmica. Esses sistemas modelam a produção do discurso por padrões estatísticos e não estatísticos que escapam ao escrutínio público, aprofundando desafios à liberdade de expressão e ao pluralismo informacional, o que exige novas análises críticas sobre seus impactos na esfera pública.

REFERÊNCIAS

ANANNY, M.; CRAWFORD, K. Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability. **New Media & Society**, v. 20, n. 3, p. 973-989, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444816676645>. Acesso em: 12 dez. 2024.

BRAGA, J. Comunicação Gerativa: um diálogo com Oliver Sacks. **Matrizes**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 35-55, maio/ago. 2017. Universidade de São Paulo.

BOMMASANI, R. et al. **On the opportunities and risks of foundation models**. arXiv preprint arXiv:2108.07258, 2021. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2108.07258>. Acesso em: 10 mar. 2025.

DEVLIN, J. et al. **BERT: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding**. arXiv preprint arXiv:1810.04805, 2019. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1810.04805>. Acesso em: 10 mar. 2025.



ESPOSITO, E. Artificial Communication? The Production of Contingency by Algorithms. **Zeitschrift für Soziologie**, v. 46, n. 4, p. 249-265, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1515/zfsoz-2017-1014>. Acesso em: 10 mar. 2025.

GILLESPIE, T. The politics of ‘platforms’. **New Media & Society**, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>. Acesso em: 10 mar. 2025.

LUHMANN, N. **Sistemas sociais**: esboço de uma teoria geral. Petrópolis: Vozes, 2016.

NORMANDO, Jullena; SIGNATES, Luiz. Comunicação e inteligência artificial: interações, simulação e desafios éticos na IA generativa. **Texto inédito**. Goiânia: PPGCOM/UFG, 2025.

SIGNATES, Luiz. Por uma metateoria das tensões comunicacionais: fundamentos para um objeto metateórico na ciência da comunicação. **Anais do 31º Encontro Anual da Compós. GT Epistemologia da Comunicação**. São Luiz: Universidade Federal do Maranhão, jun/2022.

SIGNATES, Luiz. **Metateoria das tensões comunicacionais**. Goiânia: CEGRAF/UFG, 2025.