

**DAS REDES SOCIAIS A IA GERATIVA: ENTREVISTA ENTRE VALÉRIE
KOKOSZKA E FRANÇOIS RASTIER**

FROM SOCIAL MEDIA TO GENERATIVE AI: AN INTERVIEW WITH VALÉRIE
KOKOSZKA AND FRANÇOIS RASTIER

Cités, nº 103, 20v

Maria de Fátima B. de M. Batista (Trad.)¹

Universidade Federal da Paraíba

Resumo: Este texto apresenta uma entrevista com François Rastier sobre as relações entre inteligência artificial generativa, redes sociais e as transformações contemporâneas da comunicação digital. O autor distingue a inteligência artificial clássica, baseada em algoritmos deterministas, da inteligência artificial generativa, fundamentada em modelos conexionistas e potencializada pela tecnologia dos transformers. A discussão problematiza o papel das redes sociais na comunicação, destacando sua pretensa horizontalidade, a concentração da produção de conteúdos, a atuação dos algoritmos e a economia da atenção. A entrevista aborda ainda a emergência dos influenciadores digitais e a crescente integração entre redes sociais e sistemas de inteligência artificial, especialmente os chatbots. Nesse contexto, são discutidos o neuromarketing, a exploração de dados pessoais e íntimos, a monetização da atenção e os efeitos da inteligência artificial sobre a esfera privada. Por fim, o texto examina os impactos democráticos e geopolíticos da inteligência artificial generativa, considerando a circulação automatizada de narrativas, a influência política, a desinformação e o desenvolvimento da chamada governamentalidade algorítmica. A entrevista evidencia, assim, tensões entre inovação tecnológica, comunicação, exploração de dados, influência social e exercício do poder em ambientes digitais.

Palavras-chave: Inteligência artificial generativa; Redes sociais; Algoritmos; Economia da atenção; Governamentalidade algorítmica.

Abstract: This text presents an interview with François Rastier on the relationship between generative artificial intelligence, social media, and contemporary transformations in digital communication. The author distinguishes classical artificial intelligence, based on deterministic algorithms, from generative artificial intelligence, grounded in connectionist models and

¹ É professora titular de Universidade Federal da Paraíba/ UFPB, atuando no Programa de pós-graduação em Letras (PPGL), como orientadora de Mestrado e de Doutorado. É doutora em Semiótica e Linguística Geral pela USP de São Paulo, pós-doutora: pelo Inalco-Fr e pela Universidade de Paris VIII. Produtividade em pesquisa do Conselho Nacional de Pesquisa Científica e Tecnológica/CNPq, no período compreendido entre 2010 a 2021, quando desenvolveu os projetos: *Raízes do Brasil na Literatura Popular e Semiótica das Culturas Populares*. Durante catorze anos, coordenou o Programa de Pesquisa em literatura popular da Universidade Federal da Paraíba. Escreveu livros e artigos científicos sobre, Literatura Popular e Semiótica, como: *O cancionero da Paraíba* (em co-autoria), *Quem é o povo?* e *O romanceiro no Brasil (em editoração)*. Recebeu prêmios e laureas acadêmicas, entre os quais, um da Academia brasileira de Letras (ABL) para o livro *A tradição ibérica no romanceiro paraibano*. Traduziu, do francês para o português, inúmeros artigos científicos e o livro *Ação e sentido por uma semiótica das culturas*, de François Rastier (2010). Foi editora-gerente do periódico científico *Acta semiótica et lingüística* –ASEL (UFPB/PPGL) de 2010 a 2023.

enhanced by transformer technology. The discussion problematizes the role of social media in communication, highlighting their supposed horizontality, the concentration of content production, the operation of algorithms, and the attention economy. The interview also addresses the emergence of digital influencers and the increasing integration between social media and artificial intelligence systems, particularly chatbots. In this context, neuromarketing, the exploitation of personal and intimate data, the monetization of attention, and the effects of artificial intelligence on the private sphere are discussed. Finally, the text examines the democratic and geopolitical implications of generative artificial intelligence, considering the automated circulation of narratives, political influence, disinformation, and the development of what is described as algorithmic governmentality. The interview thus reveals tensions between technological innovation, communication, data exploitation, social influence, and the exercise of power in digital environments.

Keywords: Generative artificial intelligence; Social media; Algorithms; Attention economy; Algorithmic governmentality.

K.: Você acaba de publicar *A IA me matou. Como entender um mundo pós-humano*². Como você definiria a IA gerativa e caracterizaria seus usos nas mídias sociais?

F. R.: Sem aderir ao slogan transhumanista e remunerador(lucrativo) que caracteriza o próprio nome Inteligência Artificial, formulado em 1956, em um pedido de financiamento, prefiro dar à sigla "IA" o significado de Informática Aplicada, abordando, sucessivamente, a IA "clássica" e a IA "gerativa".

A IA clássica, conhecida como IA simbólica, utiliza algoritmos determinísticos, sequências de instruções que são aplicadas em uma ordem estrita; A IA conexionista, estruturada em redes "neurais" formais, emprega algoritmos estocásticos que recalculam cada passo, reconciliando seus dados de aprendizagem e contexto de decisão, por meio de um cálculo. A IA gerativa implementa os princípios do conexionismo, adquiridos nas últimas décadas, cuja aplicação permanecia limitada pelo poder de cálculo e a disponibilidade de dados de aprendizagem. Graças à tecnologia de transformadores (daí o T em GPT), concebida em 2017, ela foi capaz de produzir textos e imagens aceitáveis, ao preço de cálculos vetoriais massivos — e que consomem muita energia. Não estou criticando a IA de forma alguma, mas sim os derivados dos sistemas de IA gerativos de grande público e a ociosidade exaltada que os cercam.

A IA possibilitou, tecnicamente, a implementação das redes sociais, porém, distanciemo-nos um pouco a esse respeito. Ainda apresentadas como o ápice da comunicação³, será que essas redes têm permitido a comunicação? O projeto,

² Paris, Intervalles, 2025

³ A análise de redes sociais se preocupa com o estudo das relações entre entidades sociais. Os recentes avanços nas tecnologias da internet e em sites de mídia social, como Facebook, Twitter e LinkedIn, criaram oportunidades excepcionais para que indivíduos se conectem, se comuniquem ou comentem

eminentemente, inclusive das redes sociais quer que cada um possa endereçar-se a todos. Isso é compreensível dentro de uma pequena coletividade: o Facebook foi, inicialmente, concebido para conectar estudantes da mesma universidade. Essa facilidade de endereçar-se a um grupo seletivo, no entanto, não é um bom presságio para os "conteúdos" compartilhados.

A pretensão igualitária das redes parece tão ilusória quanto à prometida horizontalidade. Em qualquer rede, uma pequena minoria "exprime-se", enquanto os demais permanecem em silêncio. Não sabemos por que, mas seria ilusório pensar que todos se preocupam em escutar a todo o mundo.

De fato, a comunicação pressupõe a escolha de interlocutores e a constituição de um espaço de discussão, para onde convergem interesses comuns, conhecimento implícito e questões compartilhadas entre adversários e não inimigos. Nada disso é exigido pelas redes sociais, nas quais os contraditórios se tornam adversários, depois, inimigos.

As redes são pensadas para favorecer a comunicação; no entanto, essa comunicação é assíncrona: sete milhares de mensagens vocais são trocadas todos os dias, mas essas mensagens em nada se parecem com uma conversação e a maioria permanece sem sentido.

O mesmo ocorre com os propósitos da IA generativa: sem garantias asseguradas ou pontos de vista determináveis, essas cadeias de caracteres deveriam ser consideradas iscas e permanecer inutilizáveis; não sabemos de quem ou de que (modo) elas chegam e eu, com prazer, faria ecoar as palavras de Friedrich Schlegel em sua *Filosofia da Filologia* (1797): "É inútil interpretar textos inautênticos".

Ao mesmo tempo, ausenta-se a noção de uma norma, ou mesmo simplesmente a de convenção, independente de qualquer lei escrita: a desregulamentação das plataformas, homologada, em 1996, no governo Clinton, isentou-as de qualquer responsabilidade pelo conteúdo que disseminam e seus usuários, portanto, acreditaram que tudo lhes era permitido fazer. O que se seguiu foram tormentas de shitstorms (tempestades de indignação) que obliteraram a decência comum, necessária a qualquer democracia, de

sobre questões ou eventos de seu interesse. As redes sociais são dinâmicas e evolutivas por natureza; elas também envolvem um grande número de usuários. (12ª Conferência Internacional sobre Análise, Gestão e Segurança de Redes Sociais (SNAMS-2025: <https://emergingtechnet.org/SNAMS2025/index.php>)

acordo com Orwell — ou até mesmo, a vergonha, aquela medida, aquele senso de honra que Péricles evocava.

O que aconteceu? Na ausência de regulamentação, milhares de contas falsas ocuparam as redes. Além disso, a colocação na internet, o anonimato e o pseudoanonimato, imediatamente, introduzem a desregulamentação e favoreceram a irresponsabilidade: em princípio, comportamentos agressivos são excluídos pelas condições de utilização, mas, como são vetores de atenção, são tolerados e até priorizados pelos algoritmos, ainda mais porque as redes não são moderadas — como acontece com todas as redes de hoje, exceto por razões políticas, em tiranias como na China ou na Rússia, onde as redes são instrumentos de vigilância política.

As redes vão favorecer a criação de um espaço indeciso, uma espécie de bastidores, de contornos tênues (fluidos), onde a distinção entre público e privado deixa de se aplicar, o que favorece, simultaneamente, a exibição das estratégias de influência, quer se tratem de influência pessoal, proselitismo sectário ou desinformação política. A natureza pública das mensagens interpessoais favorece usos histriônicos, uma vez que cada pessoa se encontra como se estivesse em um palco, numa dramaturgia mais de festa popular do que de tribunal. Um desfecho final desse paradoxo comunicacional poderia ser o confronto grotesco entre Musk e Trump, em 5 de junho de 2025, cada um insultando o outro, mas o solilóquio em sua própria rede, Musk no X e Trump no Truth Social.

Desde o seu início, o Facebook alimentou rivalidades: cada conta continua sendo quantificada pelo número de seguidores, reais ou adquiridos em lotes e, por seus diversos indicadores de atividade, as outras redes fizeram o mesmo. Nesse espaço projetado para dividir, qualquer discussão séria permanece impossível e pode ser trolada a qualquer momento por invasores ineptos.

Por outro lado, a liderança é recompensada por algoritmos de reforço, baseados no princípio do PageRank do Google. A distinção entre líderes e seguidores está, portanto, se aprofundando sem cessar: é um primeiro princípio do populismo numérico. É necessário admirar-se de que os políticos tenham sucumbido à demagogia? Pelo menos, eles investiram nas mídias sociais para ganhar em popularidade. E se tornaram um importante instrumento de influência política, como nas campanhas de Trump, Bolsonaro e Milei.

Como a intenção decresce com a extensão, em um segundo princípio, à extensão da resposta pública, corresponde à diminuição da qualidade (da audiência): as

profundezas da escrita, antes grafites dispersos, agora elevados à categoria de tweets, publicam-se, difundem-se e encontram intermediários. Emergindo da enxurrada de disparates inúteis, fórmulas agressivas são evidenciadas por algoritmos, pois eles aumentam os tempos de fixação da atenção: a cultura do choque se impõe, uma vez que o modelo econômico das redes e da internet "gratuita" repousa sobre a economia da atenção, ou seja, no tempo cerebral disponível para a publicidade.

As redes sociais apresentam o reflexo, mesmo o modelo reduzido e caricatural, de uma sociedade em que a demagogia encobre desigualdades crescentes. Essas desigualdades são asseguradas por múltiplos vieses algorítmicos que promovem determinados produtos ou determinados "conteúdos". No caso da Rede X, presentemente, são principalmente as mensagens de Elon Musk que aparecem consistentemente no topo. Aqui, a mercantilização econômica e a influência política tornam-se indistinguíveis, uma vez que o objetivo é assegurar à dominação política das Big Techs, cujo principal produto são as redes sociais.

Em suma, se nunca existiram, as chamadas redes "sociais" dificilmente existem mais. Revelando em seu depoimento judicial de 15 de abril de 2025 que as conexões com "amigos" ocupam apenas 7% do tempo no Instagram e 17% no Facebook, Mark Zuckerberg sugere que as redes sociais se fundiram à indústria do entretenimento.

A multiplicação de imagens e vídeos no X, WhatsApp, Instagram e em "hits" como o TikTok permitiu emergir a figura do influenciador. Esses líderes de opinião se multiplicaram com ainda mais facilidade porque, uma vez que conquistam certo número de seguidores, são remunerados tanto pelas plataformas quanto pelos patrocinadores dos produtos que promovem. Depois disso, desde o surgimento das primeiras IAs generativas no final de 2023, os chatbots se uniram com as redes sociais e assumiram o papel de observadores dos influenciadores, especialmente com o crescimento do número de influenciadores com tecnologia de IA.

Assim, as redes sociais teriam antecipado a IA gerativa. De fato, os dados acumulados ao longo de duas décadas sobre as redes sociais foram usados para treinar essas IAs, o que lhes confere um ar de familiaridade e lhes permite consolidar sua empresa sobre o mesmo público, já conquistado antecipadamente.

No entanto, metade dos "conteúdos" da internet já é produzido por robôs (uma estimativa conservadora do Google no início de 2025 era de 48%). Isso confirma muitíssimo bem o que tem sido chamado de Teoria da Internet Morta.

Diversos fatores contribuem para isso. O uso da IA gerativa se expandiu no mundo dos negócios, e os executivos utilizam-na mais do que outros (45% diariamente na França): por exemplo, a rede profissional LinkedIn inclui a maior parte do conteúdo gerado por IA. Por fim, as operações de influência política apenas reforçaram a participação desse "conteúdo". Assim, as mídias sociais anteciparam a IA generativa. De fato, os dados acumulados ao longo de duas décadas nas mídias sociais foram usados para treinar essas IAs, o que lhes dá um ar de familiaridade e lhes permite consolidar o mesmo público, já conquistado antecipadamente.

V. K.: Qual o papel utilizado pelo neuromarketing? A que tipos de manipulação ele conduz?

F. R.: Amplamente utilizado nas redes sociais, os princípios do neuromarketing se apoiam em emoções básicas. Por exemplo, em uma espécie social como a nossa, o sinal de uma mensagem direcionada libera uma pequena dose de dopamina, que participa do circuito de recompensa: assim um adolescente comum recebe em média 500 notificações por dia, resultando disso, uma adição bem atestada. Um aplicativo permite até mesmo receber notificações sem mensagem: pouco importa, se alguém está interessado em mim!

Agora, chatbots de companhia, até mesmo "sentimentais", estão multiplicando seus lembretes, e suas palavras elogiosas e acariciantes visam liberar a ocitocina, o hormônio do afeto e até mesmo da ternura. O apego induzido é amplamente documentado e favorece a influência íntima dessas IAs.

V.K.: Entre os diferentes bots que ocupam o espaço digital, notamos a presença de chatbots sentimentais. Além do efeito viciante que geram, quais são os efeitos dessa desmaterialização do sensível?

F. R.: A esfera íntima tornou-se, de fato, objeto de cobiça industrial. Os limites físicos da Terra já se opõem à expansão dos lucros em muitos domínios. Depois de ter privatizado ou ocupado ilegalmente o mundo físico, incluindo aí a estratosfera, um novo domínio das indústrias extrativas ainda precisava ser explorado: a coleta de dados, frequentemente celebrada como "o petróleo do século XXI".

Desde o lançamento do Facebook, Zuckerberg afirmou que, após criar um gráfico de todos os objetos, seria necessário criar um de todos os humanos. Sua conexão foi distorcida sem rodeios por algoritmos de classificação que priorizavam as contas mais "populares".

Desde então, dois terços da humanidade se conectou (alguns cálculos mostram que o número de graus reais de separação desce à 4 ou mesmo à 3,5 em média) e, aproximadamente, a metade nas mídias sociais, incluindo o TikTok. Para as IAs, essas redes serviram para coletar dados do mundo social ou do que se passa nele, e depois para estabelecer um modelo econômico, para capturar a atenção de patrocinadores publicitários. A ascensão das redes terá sido apenas uma primeira etapa, pois esses dados são explorados por IAs grande público consumidor, que conserva o mesmo modelo econômico, mas, ao mesmo tempo em que exploram as relações interpessoais "públicas", se esforçam para privatizar o mundo interior e acumular dados íntimos para monetizá-los em benefício de poderes políticos e comerciais.

As redes sociais estão, portanto, adotando o caminho dos chatbots. Por exemplo, no WhatsApp, a IA do Meta é obrigatoriamente adicionada como "amiga" e é impossível excluí-la. Em menos de três anos, por exemplo, 550 milhões de pessoas usaram o ChatGPT, e outros chatbots não ficam atrás. Com o apoio de instituições estatais, esses chatbots são disseminados em empresas (em algumas, agora, é necessário justificar a não utilização), educação etc. Por outro lado, todas as interações com a IA alimentam os dados dos quais ela se nutre — que, lembremos, não são o que nos é dado, mas o que nos é tomado.

Ora os chatbots estão cada vez mais assegurando seu domínio sobre a privacidade, mesmo em sua dimensão íntima. Não se trata mais de consultas sobre investimentos ou itinerários de viagem apenas, mas de desenvolvimento pessoal, *coaching* conjugal, flertes virtuais, porém sensuais, e conselhos de saúde, até mesmo psicoterapias — ainda mais necessárias agora que a saúde mental está sendo abalada pela adição às redes sociais e às IAs. Um estudo comparativo publicado em abril de 2025 na *Harvard Business Review* mostra uma rápida evolução: enquanto em 2024, "a pesquisa por ideias" vinha no primeiro lugar das consultas, em 2025, a "companhia" e "terapia" passaram a ter precedência, antes da "organização a vida".

Aos poucos, o chatbot toma para si o papel de consciência; mas não a consciência moral naquilo que ela pode ter de normativo, como o *Grilo Falante* em *Pinóquio*, da Disney, mas sim a alma condenada, que bajula e radicaliza as inclinações, como o jovem anglo-indiano que queria cometer um atentado decolonial e, encorajado por seu chatbot Replika, armou-se com uma balestra e partiu para matar a Rainha da Inglaterra.

Finalmente, com o desenvolvimento da chamada IA agêntica⁴ concebida para agir no seu lugar, novas oportunidades estão surgindo. Não se trata mais de procurar apenas informações ou parceiros, mas de compras online que vão satisfazer os patrocinadores, tão bem como a sociedade do VisaCard que já criou um aplicativo adequado.

V. K.: Como podemos delimitar as implicações democráticas e até geopolíticas da IA gerativa nas redes sociais, levando em conta as posições dos Estados Unidos (Google, Grok), China (ABCD) e até mesmo russas?

FR: Obrigado por lembrar-nos desses ABCDs, sigla com a qual, eu proponho abranger Alibaba, ByteDance e Baidu, o CC do PCC⁵ e DeepSeek.

Na internet, 80% do "conteúdo" vêm de 1% dos endereços IP (a maioria de teóricos da conspiração), e nada permite afirmar que elas correspondam a pessoas físicas. O impacto geopolítico é evidente, desde o escândalo da Cambridge Analytica em 2016 às 3.200 mensagens de Musk, durante a campanha presidencial no final de 2024. Na guerra híbrida, da qual a internet é o principal campo de batalha, a IA gerativa está se mostrando uma arma temível: em abril de 2025, por exemplo, 1.400 narrativas pró-russos eram produzidas diariamente, traduzidas para 40 idiomas e disseminadas por milhares de *bots*. Ora assim como no passado acontecia com as redes sociais, os chatbots são a principal fonte de informação para jovens de 15 a 29 anos. Além disso, como essas IAs gerativas sintetizam as narrativas quantitativamente dominantes, quatro em cada dez delas afirmam que a Ucrânia invadiu a Rússia ou que Macron é homossexual. Essa porcentagem continuará a crescer, e pode-se acreditar que a guerra híbrida já esteja perdida, mesmo antes de a opinião pública tomar conhecimento de que foi declarada. Em todo caso, a aliança antidemocrática entre Coreia do Norte, o Irã, a Rússia e a China conduz, sobre as redes sociais como, aliás, os ataques convergentes usando IAs generativas, são produtores de chatbots inesgotáveis. Posso evocar, para concluir, outro perigo, o da máquina de governar já evocada por Hobbes em seu *Leviatã*, ou, em termos mais contemporâneos, o da governamentalidade algorítmica: alguns dos decretos de Trump já estão sendo questionados, pois parecem ter sido redigidos por IA; e os Emirados Árabes Unidos acabam de decidir redigir seu corpo jurídico da mesma forma, sem se preocupar com debates que lembrariam,

⁴ A IA agêntica (ou [Agentic AI](#)) é uma forma avançada de inteligência artificial onde sistemas autônomos podem tomar decisões, planejar e executar tarefas de forma independente, sem necessidade de supervisão humana constante.

⁵ A liderança chinesa está à frente de uma grande rede, já que cada cidadão é obrigado a baixar o aplicativo do governo que lhe permite avaliar seu "crédito social".

desconfortavelmente, um processo democrático. Em suma, a IA agora está adornada com os adereços da soberania política, até mesmo metapolítica.