

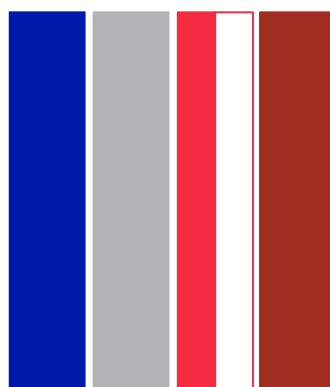
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Perceções sobre a Inteligência Artificial Generativa nas rotinas e práticas de trabalho em Comunicação e Relações Públicas: um estudo comparativo entre profissionais brasileiros e portugueses

Priscila Reinaldo

M

2025



Priscila Reinaldo

Perceções sobre a Inteligência Artificial Generativa nas rotinas e práticas de trabalho em Comunicação e Relações Públicas: um estudo comparativo entre profissionais brasileiros e portugueses

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pelo Professor Doutor Ricardo José Pinheiro Fernandes Moraes e pela Professora Doutora Adicinéia Aparecida Oliveira.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2025

Dedico este trabalho aos ancestrais que me guiaram neste caminho de volta.

Sumário

Declaração de honra	7
Agradecimentos	8
Resumo.....	9
Abstract	10
Índice de Figuras	11
Índice de Figuras dos Anexos	11
Índice de Tabelas.....	12
Índice de Tabelas dos Anexos	12
Lista de Abreviaturas e Siglas	13
Introdução.....	14
Parte I - Enquadramento teórico	19
Capítulo 1. A Inteligência Artificial Generativa: Origem, conceitos e evolução tecnológica	19
1.1. Inteligência Artificial: uma novidade com quase um século de existência	19
1.2. IA Generativa: conceitos fundamentais e contexto tecnológico	22
1.3. A Inteligência Artificial Generativa, além do ChatGPT	24
Capítulo 2. A Inteligência Artificial na Comunicação Organizacional e nas Relações Públicas ...	27
2.1. Uso de IA e IA Generativa no contexto da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas	27
2.2. Panorama das tecnologias de IA e IA Generativa para Comunicação Organizacional e RP até 2024	30
Capítulo 3. Percepção dos profissionais e adoção de novas tecnologias	34
3.1. Modelos de aceitação de novas tecnologias e a IA.....	34
3.2. A percepção dos profissionais de Comunicação Organizacional e RP acerca da IA e IA Generativa: evolução e análise comparativa	35
Capítulo 4. Competências emergentes e a necessidade de regulação da IA.....	38
4.1. Novas competências para novas tecnologias.....	38
4.2. A questão ética e da regulação	40
Parte II - Investigação empírica	43
Capítulo 5. Metodologia e o desenho de pesquisa	43
5.1. Objetivos e perguntas de pesquisa	43

5.2. Classificação quanto ao tipo de pesquisa.....	44
5.3. Recolha de dados.....	45
5.4. Universo da pesquisa.....	46
5.4.1. Critérios de seleção da amostra	46
5.5. Condução das entrevistas.....	49
5.6. Codificação e Análise dos Dados	51
5.6.1. Definição do Corpus e das Unidades de Análise.....	51
5.6.2. Elaboração e otimização da Grelha de Análise.....	51
5.6.3. Utilização de ferramentas computacionais	52
5.6.4. Codificação dos dados	52
Capítulo 6. Apresentação e Discussão dos Resultados	59
6.1. Características sociodemográficas da amostra	59
6.2. Entendimento sobre IA.....	61
6.3. Entendimento sobre IA Generativa	63
6.4. Imaginário e associações mentais	64
6.5. Histórico e tempo de uso da IA Generativa.....	65
6.6. Processo decisório de uso	65
6.7. Razões para não usar IA	66
6.8. Tarefas ou atividades realizadas com o suporte de IA Generativa	67
6.9. Ferramentas e soluções citadas	68
6.10. Fatores motivacionais para uso	73
6.11. Benefícios percebidos	75
6.12. Dificuldades na utilização	77
6.13. Uso inadequado por equipes.....	80
6.14. Necessidade de formação e capacitação.....	82
6.15. Futuro da IA na Comunicação e RP.....	85
6.16. Impacto para o mundo e sociedade	87
6.17. Perspetiva de adoção futura.....	89
6.18. Impacto para os profissionais	90
6.19. Reflexões sobre questões éticas e regulação	92
Considerações Finais	95
Referências Bibliográficas	99
Anexos.....	109

Anexo A	110
Anexo B	112
Anexo C	113
Anexo D	117
Anexo E.....	120
Anexo F.....	122
Anexo G	125
Anexo H.....	128
Anexo I.....	133
Anexo J	137
Anexo K	139
Anexo L.....	140

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizada previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (textos, trabalhos, ideias) respeitam escrupulosamente as regras de atribuição de autoria e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Declaro, ainda, que utilizei ferramentas de inteligência Artificial Generativa (chatbots baseados em grandes modelos de linguagem) para otimização de atividades referentes à elaboração de parte(s) da presente dissertação, encontrando-se todas as interações (prompts) descritas no Anexo K.

Porto, 29/05/2025

Priscila Reinaldo

Agradecimentos

Sempre, e primeiramente, agradeço a Deus pela dádiva da vida.

À minha família, pelo amor incondicional e pelo apoio, e em especial aos meus dois sobrinhos queridos, Bruno e Caio, por serem o sol a dispersar as nuvens nos dias mais nublados.

A cada uma das amigas e amigos que se dispuseram a ser minha família em Portugal, e também a todos e todas que se mantiveram presentes, apesar da minha ausência física.

Não posso deixar de mencionar os amigos Paulo Kiai e Altamir Macedo, por me ajudarem a desarquivar este sonho e torná-lo realidade.

Por fim, agradeço aos meus orientadores, Ricardo Morais e Adicinéia Oliveira, pelo trabalho impecável de orientação e por me incentivarem a perseguir o sonho de seguir adiante no mundo acadêmico.

Resumo

O presente estudo busca identificar as práticas, percepções e desafios vivenciados por profissionais de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (RP) do Brasil e de Portugal, perante a adoção da Inteligência Artificial Generativa (GenAI) enquanto ferramenta de trabalho.

A pesquisa foi motivada pela ausência de estudos que identificassem e comparassem a realidade dos profissionais destes dois países de língua portuguesa, sobretudo após o lançamento da ferramenta ChatGPT. A questão de investigação que norteou o trabalho foi: “Quais as percepções dos profissionais de Comunicação Organizacional e Relações Públicas portugueses e brasileiros sobre o uso da IA Generativa nas suas rotinas de trabalho?”

Adotou-se, então, uma abordagem qualitativa comparativa, por meio de entrevistas semiestruturadas com 14 profissionais de formação e atuação direta nas áreas de Comunicação Organizacional e RP. A análise do conteúdo das entrevistas foi realizado seguindo a metodologia de Qualitative Content Analysis (QCA).

Os resultados apontaram que a GenAI já se encontra presente nas rotinas de trabalho, sendo utilizada principalmente como auxiliar em atividades de brainstorming, tradução, revisão e criação de conteúdo. Foi possível identificar benefícios, como o aumento da produtividade e a otimização de tempo, mas também preocupações, sobretudo relacionadas à ética, transparência, acurácia das informações e ausência de regulamentação específica.

Conclui-se que, embora a adoção da GenAI seja percebida como positiva e inexorável, ainda são necessárias capacitações específicas e diretrizes institucionais claras para garantir o uso ético e estratégico desta tecnologia no campo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas.

Palavras-chave: Inteligência Artificial Generativa, Comunicação Organizacional, Relações Públicas, Portugal, Brasil.

Abstract

The aim of this study is to identify practices, perceptions, and challenges experienced by Organizational Communication and Public Relations (PR) professionals in Brazil and Portugal, regarding the adoption of Generative Artificial Intelligence (GenAI) as a work tool.

The research was motivated by the lack of studies that identify and compare the reality of professionals in these two Portuguese-speaking countries, especially following the launch of the ChatGPT tool. The main research question was: “What are the perceptions of Portuguese and Brazilian Organizational Communication and Public Relations professionals regarding the use of GenAI in their daily work routines?”

To develop the research, a comparative qualitative approach was adopted, using semi-structured interviews with 14 professionals who have academic training and direct experience in the fields of Organizational Communication and PR. The interview content was analyzed using the Qualitative Content Analysis (QCA) method.

The results indicate that GenAI is already present in daily workflows, primarily assisting with brainstorming, translation, proofreading, and content creation tasks. The analysis revealed perceived benefits such as enhanced productivity and time optimization, but also concerns related to ethics, transparency, information accuracy, and the lack of specific regulations.

It concluded that, although the adoption of GenAI is perceived as both positive and inexorable, specific training and clear institutional guidelines are still required to ensure the ethical and strategic use of this technology within the field of Organizational Communication and Public Relations.

Key-words: Generative Artificial Intelligence, Organizational Communication, Public Relations, Portugal, Brazil.

Índice de Figuras

FIGURA 1. EVOLUÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	20
FIGURA 2. RELAÇÃO ENTRE IA E IA GENERATIVA.....	22

Índice de Figuras dos Anexos

FIGURA B 1. POSSIBILIDADE, APLICAÇÕES, VANTAGENS E RISCOS DA ADOÇÃO DE IA EM RP	112
---	-----

Índice de Tabelas

TABELA 1. IA APLICADA A ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RP.....	30
TABELA 2. MODELOS E TIPOLOGIA DE ENTREVISTA.....	45
TABELA 3. LISTA DE ENTREVISTADOS.....	48
TABELA 4. CODIFICAÇÃO DOS DADOS.....	53
TABELA 5. CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS	59
TABELA 6. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS COM SUPORTE DE IA GENERATIVA	67
TABELA 7. FERRAMENTAS E SOLUÇÕES DE IA CITADAS PELOS ENTREVISTADOS	70

Índice de Tabelas dos Anexos

TABELA A 1. TESTES REALIZADOS EM GPTs ATÉ SETEMBRO DE 2024	110
TABELA C 1. FERRAMENTAS DE IA UTILIZADAS EM RP	113
TABELA F 1. GRELHA FINAL UTILIZADA PARA A ANÁLISE DO CONTEÚDO	122
TABELA G 1. LISTA DE BENEFÍCIOS PERCEBIDOS	125
TABELA H 1. DIFICULDADES PERCEBIDAS PELOS ENTREVISTADOS.....	128
TABELA J 1. IMPACTO DA IA PARA OS PROFISSIONAIS.....	137

Lista de Abreviaturas e Siglas

GENAI	INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA
GPT	GENERATIVE PRE-TRAINED TRANSFORMER
IA	INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
RP	RELAÇÕES PÚBLICAS
SMS	SHORT MESSAGE SERVICE

Introdução

O Dicionário Cambridge de Língua Inglesa, na sua versão online, define *hype* como a situação em que algum assunto é “publicizado e discutido em jornais, televisão, atraindo o interesse de toda a gente” (Cambridge University Press, s.d). É inegável que, a partir do final de 2022, com o lançamento público do ChatGPT pela empresa Open AI, a Inteligência Artificial (AI), e em especial a Inteligência Artificial Generativa (GenAI) alcançaram um status de *hype*, dominando não apenas as manchetes de jornais, mas também publicações acadêmicas, eventos internacionais de tecnologia e até conversas informais, gerando uma alta dose de expectativas (Rossi, 2025).

A ferramenta de pesquisa *Google Trends*, por exemplo, indica que o termo Inteligência Artificial Generativa nem sequer aparecia nas pesquisas até ao início de janeiro de 2023. Poucos meses após o lançamento do Chat GPT, o termo passou a ser tendência, que segue em alta até os dias atuais, tanto mundialmente, quanto em países como Portugal e Brasil (*Google Trends*, s.d).

O relatório *Artificial Intelligence Index Report 2024*, publicado pela Universidade de Stanford, também confirma essa situação, ao mostrar que entre 2010 e 2022, o número de publicações acadêmicas sobre IA praticamente triplicaram (Maslej et al., 2024).

Se o *hype* envolvendo a IA Generativa é considerado uma realidade que leva, inclusive, à projeção de que, “até 2026, mais de 80% das empresas terão utilizado tecnologias generativas” (Chandrasekaran, s.d), o real nível de adoção atual e de conhecimento desta tecnologia (tanto por pessoas, como por empresas), bem como a percepção geral sobre os riscos e benefícios da IA, ainda parece carecer de convergência (McCorkindale, 2024).

Uma pesquisa global realizada pela Ipsos e publicada em 2023 buscou identificar como as pessoas se sentiam em relação à inteligência artificial e como esperavam que esta impactasse as suas vidas. Os achados da pesquisa, que foi aplicada em 31 países, mostram que 66% dos entrevistados acreditam que a IA irá mudar drasticamente as suas vidas num futuro próximo, enquanto 50% acreditam que os benefícios da IA superam as suas desvantagens. Porém, aproximadamente o mesmo número de entrevistados, 52%,

ainda está receoso em relação aos impactos que a IA pode trazer. Inclusive, 23% dos entrevistados também acredita que a IA poderia piorar as suas condições de trabalho (Ipsos, 2023). Em sua versão mais recente, publicada em 2024, o estudo da Ipsos passou a abranger 32 países. Embora o quantitativo de pessoas que acreditam numa transformação drástica em suas vidas num futuro próximo não tenha mudado, 53% dos entrevistados dizem estar empolgados com produtos e serviços que utilizam IA, enquanto 50% afirmam que a IA os deixa apreensivos (Ipsos, 2024).

Entre o receio e o otimismo, a verdade é que empresas ao redor do globo seguem ampliando a adoção de IA nas suas rotinas de trabalho. Em outro relatório, elaborado pela consultora Mackinsey e publicado no final de 2024, observa-se que 72% das organizações adotam AI em pelo menos uma função de negócios. Em relação à adoção de GenAI, esse número é um pouco menor, mas igualmente significativo: 65% das organizações já adotam a AI Generativa em alguma atividade. Neste processo o que também merece destaque é o facto de em pouco menos de um ano, a percentagem de utilização praticamente ter duplicado (em 2023, apenas 33% das organizações usavam GenAI) (Singla et al., 2024).

Esses dados gerais mostram que a Inteligência Artificial, uma vez considerada algo abstrato e limitado a laboratórios e profissionais da área técnica, está a cada dia, e cada vez de forma mais rápida, sendo integrada na vida e no trabalho de todos (Narayanan & Kapoor, 2024).

Os profissionais de Comunicação e Relações Públicas não são exceção, e também eles têm sentido uma presença cada vez maior das aplicações de IA Generativa nas suas rotinas produtivas (Panda et al., 2019).

Apesar do conceito de Inteligência Artificial remontar à década de 1950/60 (Russell & Norvig, 2016), a sua popularização e democratização são recentes, resultando, em grande medida, das possibilidades criativas oferecidas pela IA Generativa. Neste contexto, pode-se dizer que a IA Generativa surge como uma das tecnologias mais disruptivas da história, cuja velocidade de adoção já se mostra superior à observada nos

primeiros anos de introdução no mercado dos computadores de uso pessoal, e mesmo da Internet (Bick et al., 2024).

Se é verdade que nas décadas de 80 e 90 foi necessário repensar processos, capacitar equipas e mudar mentalidades ao se abolir calculadoras e máquinas de escrever (que foram prontamente substituídas por computadores) hoje, observa-se novamente um momento em que a sociedade tenta compreender o que de fato é, quais as aplicações práticas e implicações socioculturais e éticas a IA Generativa pode trazer para o dia-a-dia de diferentes ambiências profissionais (Bender et al., 2021).

Nesse cenário de inovação, marcado por muitas e rápidas mudanças, são também muitas as dúvidas. O presente estudo emerge no contexto dessas interrogações, principalmente ao buscar delimitar o contexto específico de aplicação da Inteligência Artificial Generativa e os seus impactos nas rotinas de trabalho de profissionais de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

O trabalho diferencia-se de estudos anteriores ao trazer uma perspetiva atual dos profissionais que atuam em duas das principais economias mundiais onde a língua oficial é o português. Vale destacar também que em ambos os países há investimentos para a criação de modelos de linguagem próprios, capazes de refletir as particularidades culturais e linguísticas de cada um das nações, como é o caso do Sabiá-2 no Brasil (Almeida et al., 2024), e do Amália em Portugal (Governo da República Portuguesa, 2024). Esse movimento abre uma perspetiva para que as ferramentas de Inteligência Artificial Generativa utilizadas nesses países não precisem depender dos modelos mais populares, treinados para compreensão e geração de linguagem em inglês.

Ao delimitar o estudo à realidade dos profissionais de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, pretende-se destacar a relevância estratégica deste segmento profissional responsável por proteger a imagem e a reputação das organizações.

Como são esses profissionais que atuam como ligação entre instituições e sociedade, o estudo busca identificar de que modo a Inteligência Artificial Generativa é percebida, aplicada e quais resultados ela pode trazer para a rotina de trabalho, avaliando se essa tecnologia pode servir como um canal para otimizar processos, fortalecer a

confiabilidade das informações produzidas e garantir que a comunicação oficial com os stakeholders seja transmitida com integridade e transparência, inclusive em situações de crise. Desta forma, a pergunta principal que norteia esta investigação é a seguinte:

Quais as percepções dos profissionais de Comunicação Organizacional e Relações Públicas portugueses e brasileiros sobre o uso de IA Generativa nas suas rotinas de trabalho?

Para responder a esta questão basilar, o estudo foi estruturado de modo a deixar claro cada um dos passos adotados, sendo organizado em seis capítulos, cada um dedicado ao aprofundamento dos eixos teóricos e metodológicos que sustentam a análise sobre a adoção da IA Generativa nas práticas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

No Capítulo 1, realiza-se uma contextualização teórica sobre a evolução da Inteligência Artificial, partindo de um breve resgate histórico até ao advento da IA Generativa, com ênfase no ChatGPT e seu caráter disruptivo. A discussão é ampliada para explorar outras ferramentas de IA Generativa.

O Capítulo 2 dedica-se à análise da utilização da IA na Comunicação Organizacional e nas Relações Públicas, destacando o crescimento significativo do uso destas tecnologias, sobretudo após a chegada das ferramentas de IA Generativa. O capítulo traz ainda um panorama das principais soluções tecnológicas que vêm sendo utilizadas até ao ano de 2024, com foco nas suas potencialidades e desafios.

Já o Capítulo 3, aborda mais especificamente as percepções dos profissionais de Comunicação e Relações Públicas em relação à adoção da Inteligência Artificial nas rotinas de trabalho, destacando como essas percepções acerca de tecnologias emergentes podem influenciar o processo de implementação de novas ferramentas e técnicas no contexto organizacional.

O Capítulo 4 busca aprofundar-se nas competências necessárias para a adaptação a este novo cenário tecnológico, assim como nas normas vigentes e em desenvolvimento, tanto no Brasil como em Portugal, direcionadas à regulamentação do uso e da aplicação da IA. Neste capítulo, pretende-se evidenciar como a capacitação técnica e a

compreensão dos marcos regulatórios são relevantes para uma adoção responsável da tecnologia nas práticas de trabalho de Comunicação e Relações Públicas.

Já o Capítulo 5 expõe os objetivos delineados para o desenvolvimento do estudo, bem como as questões de pesquisa que orientaram o percurso metodológico. Adicionalmente, descreve-se o processo de coleta de dados, as estratégias adotadas e as técnicas de análise utilizadas.

Por fim, no Capítulo 6, apresenta-se a análise dos achados da pesquisa, realizada com o suporte do software NVivo. Os resultados foram discutidos tomando-se por base a comparação entre os contextos vivenciados por Brasil e Portugal, oferecendo uma abordagem crítica sobre as diferenças e semelhanças observadas.

Parte I - Enquadramento teórico

Capítulo 1. A Inteligência Artificial Generativa: Origem, conceitos e evolução tecnológica

Este primeiro capítulo busca trazer uma contextualização teórica sobre a Inteligência Artificial (IA). Partindo-se de um breve resgate histórico, buscou-se destacar os principais conceitos, até ao advento da IA Generativa, com a consequente popularização do ChatGPT e seu potencial disruptivo.

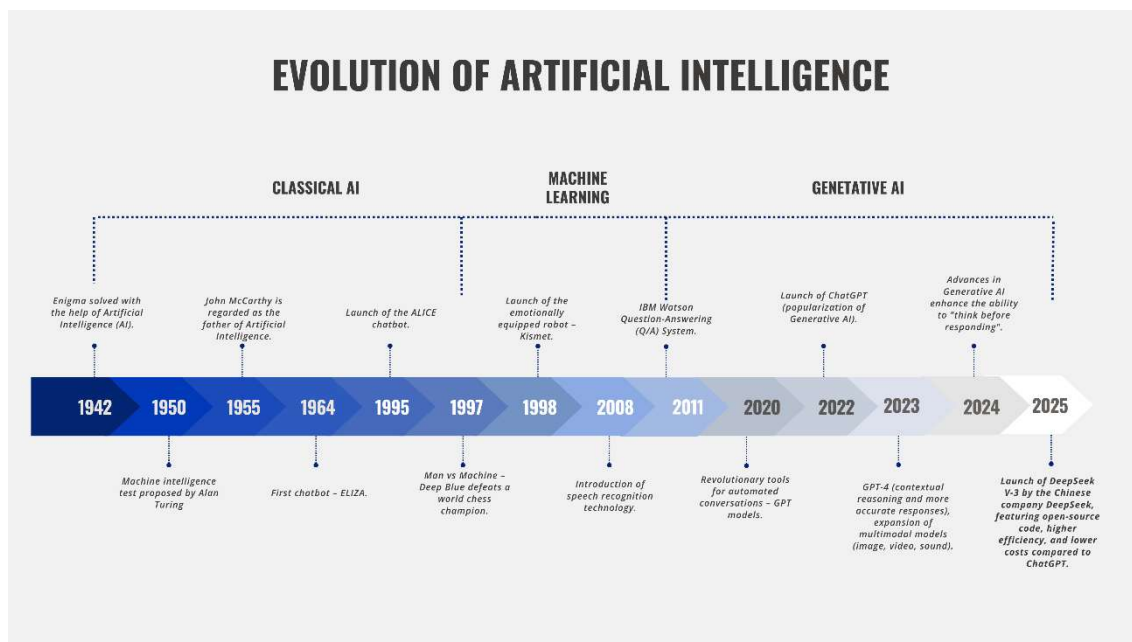
No final do capítulo amplia-se a discussão sobre o uso da IA Generativa para além do ChatGPT, destacando como outras ferramentas vêm sendo incorporadas às práticas comunicacionais, expandindo possibilidades, mas também apresentando desafios.

1.1. Inteligência Artificial: uma novidade com quase um século de existência

Definir o que é Inteligência Artificial e traçar uma linha cronológica de sua evolução (sobretudo nos últimos três anos) não é tarefa simples, até porque, segundo Narayanan e Kapoor (2024) “não existe consenso sobre o que é ou não é IA” (p. 12).

Nesse sentido, será realizado um exercício focado em contextualizar a IA e o que se chama de IA Generativa, tanto historicamente, quanto em termos técnicos. Para explanarmos de forma prática e clara o processo de surgimento e também de evolução da IA, faremos uso de uma linha do tempo com marcos históricos relevantes, baseando-se na literatura disponível e também na concepção do que é relevante para o estudo. Tomou-se como inspiração a proposta de Russell et al. (2010), que entendem ser mais fácil definir os marcos históricos da evolução da IA ao elencar os vencedores do Prémio Turing. Contudo, a publicação de Alowais et al. (2023) traz não só os marcos coincidentes com os propostos por Russel, como traz também as aplicações que se popularizaram em cada um dos anos-chave da evolução da IA. Como este trabalho possui um escopo que preza sobretudo pela aplicação prática da IA, optou-se pela adaptação da figura proposta por Alowais et al. (2023).

Figura 1. Evolução da Inteligência Artificial



Fonte: Elaborada pela autora a partir dos dados de Alowais et al. (2023)

Pela imagem, fica evidente que, do teste de inteligência de máquina proposto por Turing em meados do século passado (Turing, 1950), ao lançamento do ChatGPT em 2022 (OpenAI, 2022), houve muitas outras iniciativas e ferramentas que chegaram ao conhecimento do grande público e que, para o bem ou para o mal, contribuíram decisivamente para que o termo Inteligência Artificial fosse utilizado de modo indiscriminado (GrayWidder & Hicks, 2024) para definir toda e qualquer atividade moderada por computador que mimetizasse, em algum grau, habilidades humanas, inclusive os sistemas generativos, como o próprio ChatGPT (OpenAI, 2023).

Neste ponto é válido retomar a afirmação de Narayanan e Kapoor (2024) de que “não existe consenso sobre o que é ou não é IA” (p. 12), uma vez que IA pode ser, como descrito na Figura 1, muitas coisas.

Essa opinião é facilmente confirmada quando se observa a ausência de unanimidade em relação à definição do que seria Inteligência Artificial nos artigos que vinculam a IA à área de RP e Comunicação Organizacional. Sebastião (2020), por exemplo, realça que a “IA tende a ser definida em associação com sistemas computacionais, máquinas e software que procuram mimetizar a inteligência humana, para aprender, resolver

problemas e reconhecer padrões” (p. 96). Já Cusnir e Nicola (2024) replicam a definição de Valin (2018), que entende a IA como “uma aplicação sofisticada de tecnologia através da qual uma máquina demonstra funções cognitivas humanas, como aprendizagem, análise e resolução de problemas” (p. 5). Mas os autores vão ainda mais longe ao adotarem a mesma visão de Galloway e Swiatek (2018), que entendem que a Inteligência Artificial, no caso concreto das Relações Públicas, pode ser entendida como “tecnologias que exibem habilidades cognitivas humanoides e desempenham funções semelhantes às humanas na realização de atividades de Relações Públicas, de forma independente ou em conjunto com os profissionais de Relações Públicas” (p. 735).

Contudo, para fins deste trabalho, optamos pela definição apresentada por Borges et al. (2024), que percebe a IA como sendo uma “área da ciência da computação dedicada ao desenvolvimento de sistemas capazes de executar tarefas que normalmente requerem inteligência humana” (p. 1). Tal definição encontra-se alinhada com a ideia original de McCarthy et al. (1955), que delimitou a IA como um campo de estudo que buscava desenvolver máquinas capazes de simular aspectos da inteligência humana, como por exemplo: o uso da linguagem; a formação de abstrações e conceitos; a resolução de problemas e, por fim, a capacidade de autoaperfeiçoamento.

Ambas as definições são interessantes, pois atribuem à IA um conceito mais amplo que abarca também a IA Generativa. Além disso, consideram o uso de máquinas (ou no caso, computadores) como elementos ou instrumentos passíveis de simular a inteligência humana, como por exemplo, uso de linguagem e abstração. Tal definição é útil para diferenciar uma ferramenta como o ChatGPT (que desempenha tarefas que de fato simulam a inteligência humana) de um aspirador de pó robô, como o Roomba (que desempenha tarefas meramente automatizadas e pré-definidas).

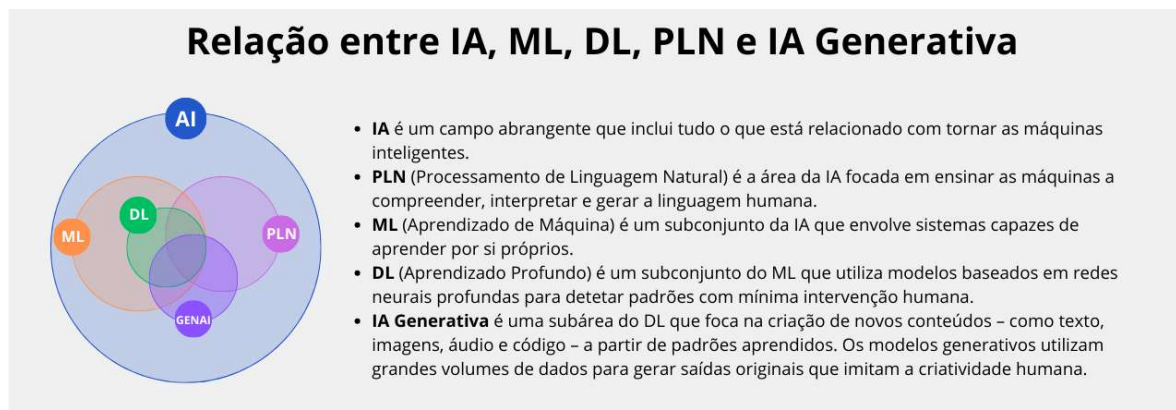
Considerando a conceituação adotada para o presente estudo, vale a pena retomar a Figura 1 e explicar que a divisão dos espaços temporais por eras (IA Clássica, Aprendizado de Máquina e IA Generativa), tem pretensão meramente didática para explicitar a partir de quando e o que pode ser considerado IA Generativa, uma vez que a linha do tempo contempla, de modo geral, a evolução da IA.

1.2. IA Generativa: conceitos fundamentais e contexto tecnológico

Sabe-se que a área de estudo da IA é vasta e abrange muitas outras aplicações e conceitos que não serão abordados diretamente por esta pesquisa. Contudo, vale apresentar alguns conceitos-chave, como *Machine Learning (ML)*, ou aprendizado de máquina e *Deep Learning (DL)*, ou aprendizado profundo, e Processamento de Linguagem Natural (PLN), tanto para facilitar a compreensão da diferenciação entre IA e IA Generativa, como também para contextualizar as limitações do estudo.

A figura abaixo mostra com mais clareza a diferenciação de cada uma dessas Inteligências Artificiais, bem como outras aplicações derivadas e inseridas no universo da IA.

Figura 2. Relação entre IA e IA Generativa



Fonte: Elaborada pela autora a partir dos dados de Alowais et al. (2023)

Pela imagem já é possível ter uma noção mais clara da GenAI (em lilás) como uma “subespecialidade” da IA e que usa ML, DL e PLN no seu funcionamento.

A diferenciação entre as camadas tecnológicas representadas pelo DL e ML é abordada por Goodfellow et al. (2016), que explica que, com a evolução dos sistemas de IA, estes passaram a ter a capacidade de adquirir o seu próprio conhecimento, ao extrair padrões a partir de dados brutos. A esta capacidade de adquirir o seu próprio conhecimento é que se dá o nome de aprendizado de máquina, ou *Machine Learning*. Segundo Goodfellow (2016), “a introdução do Machine Learning permitiu que os computadores

resolvessem problemas que envolvem conhecimento do mundo real e tomassem decisões que parecem subjetivas” (p. 2).

Já o *Deep Learning*, como um subsetor do ML, permite ao computador lidar com grandes volumes de dados, identificar padrões e construir conceitos complexos, sendo amplamente utilizado em aplicações como reconhecimento de fala, visão computacional e análise preditiva (Borges et al., 2024; Goodfellow, 2016; LeCun et al., 2015).

Ainda dentro do contexto da tecnologia de *Deep Learning*, Borges et al. (2024) destaca a técnica de Processamento de Linguagem Natural, que permite às máquinas compreenderem e gerar linguagem humana. A autora cita Brown et al. (2020) para realçar que os Modelos de Linguagem de Grande Escala (*Large Language Models - LLMs*), como o GPT (*Generative Pre-trained Transformer*), têm ganhado destaque pela sua capacidade de gerar textos que são quase indistinguíveis dos produzidos por humanos.

Para Borges et al. (2024), esses modelos revolucionaram o campo de PLN ao permitir uma compreensão e geração de texto mais sofisticada, impulsionando o surgimento da IA Generativa.

Também como um exercício para diferenciar as aplicações da Inteligência Artificial, Baptista e Belim (2024) recorrem a Gill (2016), Baidoo-Anu e Ansah (2023) e Santaella e Kaufman (2024). Para os autores, as principais aplicações de IA atuais podem ser categorizadas em três grupos: IA Limitada (*Narrow AI*), que abrangeria sistemas modernos como os de reconhecimento de voz. Tais sistemas são capazes de “aprender”, mas não possuem a capacidade de transferir conhecimento entre si ou entre outros sistemas. Um exemplo deste tipo de IA seriam os assistentes virtuais Alexa, Siri, Cortana, entre outros.

O segundo tipo de IA seria a IA Preditiva, que se concentra, por exemplo, em identificar padrões e criar previsões, tendo como base conteúdos digitais como imagens, textos e outros bancos de dados. A IA preditiva é comumente associada a estudos como

previsões climáticas e análise de diagnósticos médicos com base em imagens, como também indica Alowais et al. (2023).

Já a IA Generativa, por sua vez, é um tipo de IA que recorre a conteúdo digital pré-existente como texto, imagens e vídeos para criar novos conteúdos digitais. A IA Generativa dedica-se a utilizar dados processados para criar mais dados, sendo aplicada, por exemplo, em ações de marketing, tradução de textos, criação e edição de áudio, imagem e vídeos, etc. Neste sentido, é válido ressaltar que a IA Generativa transcende a tecnologia de processamento de linguagem natural, pois é capaz de também processar imagens, sons e vídeos (Baptista & Belim, 2024).

Retomando os conceitos trazidos por Goodfellow et al. (2016) e Borges et al. (2024), todas as três modalidades de IA citadas podem fazer uso tanto do DL como do ML. Porém, o uso de LLM se dá em maior escala apenas na IA Generativa, onde se concentra o foco deste estudo.

1.3. A Inteligência Artificial Generativa, além do ChatGPT

Não há exagero na afirmação de Alves e Grohs (2024) quando estes referem que em 2024 a IA não é apenas mais uma tecnologia emergente e sim uma componente integrada no tecido da sociedade. Um dos principais responsáveis por essa integração é o ChatGPT, cuja popularização se destaca como uma das mais rápidas da história.

Essa rápida democratização é facilmente verificada por números. O ChatGPT foi capaz de alcançar a marca de um milhão de usuários cinco dias após o seu lançamento em novembro de 2022 e 100 milhões de usuários em apenas dois meses, superando outras ferramentas amplamente disseminadas pelo globo, como Instagram (30 meses), TikTok (nove meses) (Garfinkle, 2023).

Segundo dados disponíveis na plataforma *Similarweb*, que fornece informações detalhadas sobre o desempenho de websites e aplicativos móveis, o site ChatGPT.com recebeu aproximadamente 3,8 mil milhões de visitas no mês de novembro de 2024, sendo atualmente uma das páginas web mais visitadas do mundo. Inclusive, vale destacar que o Brasil foi o segundo país que mais acessou o ChatGPT no período, sendo superado apenas pelo Japão (*Similarweb*, 2024).

Em linhas gerais, o ChatGPT é um grande modelo de linguagem (LLM) que utiliza aprendizagem profunda (DL) para gerar textos semelhantes aos produzidos por humanos em resposta a comandos (Eke, 2023). Funcionando como uma interface de *chat*, ou seja, de conversa, o usuário escreve ou verbaliza oralmente o seu comando. A esses comandos, dá-se o nome de *prompts*, que nada mais são do que textos em que o usuário detalha o que deseja que a aplicação realize. Com a evolução da ferramenta, o ChatGPT tem ampliado as suas habilidades, a sua capacidade criativa e não só.

A democratização da plataforma ChatGPT a partir do final de 2022 impulsionou também o lançamento de outras tecnologias de IA Generativa semelhantes que vêm igualmente ampliando as suas capacidades de criação. Exemplo disso são o *Gemini*¹, do *Google*, *Claude*², da *Anthropic*, e o *Copilot*³, da *Microsoft*, todas lançadas ainda em 2023 (Feitosa, 2024). O site *lifearchitect*⁴, mantido e gerenciado pelo pesquisador Alan D. Thompson, além de acompanhar os GPTs existentes, acompanha também o lançamento e a pesquisa de novos GPTs (atualmente, há cerca de 500 soluções em funcionamento ou em teste). O site ainda traz uma série de dados e informações técnicas relevantes sobre os principais feitos de cada uma das soluções disponíveis atualmente no mercado. A Tabela A1, disponível no Anexo A, por exemplo, traz uma lista de testes realizados e o resultado alcançado pelas ferramentas.

Eke (2023) recorre a Choi et al.(2023) e Terwiesch (2023), para reforçar os achados do site *lifearchitect*. O autor ressalta as habilidades dos LLM, em especial do ChatGPT, ao apontar que a aplicação foi aprovada com sucesso em um exame de Direito e em um exame de Mestrado em Administração de Empresas (MBA).

Já Dwivedi et al.(2023) oferecem perspectivas multidisciplinares sobre as potencialidades e desafios, em especial do ChatGPT, ao ressaltarem que a disrupção promovida pela IA Generativa não era imprevisível, mas se mostra surpreendente pela forma repentina e rápida com que vem ocorrendo. E é justamente essa rapidez que tem reacendido antigos

¹ <https://gemini.google.com/app?hl=pt-PT>

² <https://www.anthropic.com/claude>

³ <https://copilot.microsoft.com/chats/CkjsV5VBG2d3up85yCR94>

⁴ <https://lifearchitect.ai/>

debates, como por exemplo, os efeitos da automação do trabalho e a substituição de profissionais humanos por tecnologias (Sampaio et al., 2024).

Em linhas gerais, a análise promovida por Dwivedi et al. (2023) aponta os seguintes benefícios de uso dos GPTs: aumento da produtividade, melhoria nas atividades de gestão e marketing. Quanto aos riscos, os autores destacam as ameaças à privacidade e à segurança; os vieses, uso indevido e desinformação (promovida em geral pela falta de acurácia nas respostas produzidas pela tecnologia ainda em evolução).

Considerando esse cenário ainda alimentado pela dicotomia entre riscos e benefícios, é inegável que a evolução da tecnologia relacionada à IA Generativa é real, veloz, e demandará discussões mais aprofundadas, tanto do meio acadêmico como da sociedade. Contudo, enquanto esses debates ocorrem e novos conceitos e perspectivas são criadas, cabe aos profissionais e às organizações buscar formas de se capacitar e se adaptar a essas mudanças inevitáveis.

Capítulo 2. A Inteligência Artificial na Comunicação Organizacional e nas Relações Públicas

Este capítulo busca demonstrar de que maneira a IA é utilizada na Comunicação Organizacional e nas Relações Públicas, e como esse uso vem crescendo de forma significativa, sobretudo após a chegada das ferramentas de IA Generativa. Neste cenário, percebe-se um movimento de transformação nas práticas profissionais, com soluções tecnológicas de IA sendo incorporadas às práticas de trabalho.

O capítulo traz ainda um panorama das principais tecnologias de IA aplicadas à Comunicação e às RP até o ano de 2024, destacando os usos mais recorrentes, as potencialidades percebidas pelos profissionais e pesquisadores, bem como os principais desafios apontados no campo operacional, ético e regulatório.

2.1. Uso de IA e IA Generativa no contexto da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas

O relatório publicado pela *Mckinsey Global* no início de 2024 aponta que este foi o ano em que as Organizações realmente começaram a utilizar a IA Generativa e a obter valor comercial desta nova tecnologia (Singla et al., 2024). Ainda segundo a consultora, 65% dos inquiridos indicaram que as suas organizações estão a usar regularmente IA Generativa, sendo marketing e vendas, assim como desenvolvimento de produtos e serviços, as duas áreas que mais incorporaram a tecnologia nas suas rotinas de trabalho.

Essa realidade também é observada na área das Relações Públicas. Conforme pesquisa realizada pelo *Chartered Institute of Public Relations* (CIPR), em meados de 2024, abrangendo 1.568 profissionais de RP e Comunicação Organizacional, mais de metade dos respondentes afirmam utilizar a IA frequentemente ou ocasionalmente, sendo os do setor privado os mais propensos a usar IA no seu cotidiano (CIPR, 2024).

Outro estudo, promovido pelo *Institute for Public Relations* entre o final de 2023 e o início de 2024, também merece ser citado, sobretudo pelo foco no uso de IA Generativa por profissionais de Comunicação. A organização americana entrevistou ao todo 30 executivos de Comunicação, dentre eles Diretores de Comunicação (CCOs), CEOs de

agências, acadêmicos e líderes que eram responsáveis pela IA Generativa na sua organização, que tinham conhecimento sobre IA na sua função ou que possuíam informações sobre a posição da sua organização em relação à IA (McCorkindale, 2024).

Provavelmente pela familiaridade com a tecnologia, os profissionais entrevistados apontaram um impacto positivo da IA Generativa nas funções de Comunicação, melhorando tarefas, especialmente na geração de ideias, criação de conteúdos e eficiência dos fluxos de trabalho (McCorkindale, 2024). Além disso, ainda na opinião dos entrevistados, a IA Generativa seria “uma ferramenta que complementa as tarefas de Comunicação, sobretudo as repetitivas, potenciando essas atividades” (p.4).

Pela época em que o estudo foi realizado e pelo perfil dos entrevistados, era esperado que o ChatGPT fosse citado como uma das aplicações mais utilizadas. Mas merece destaque o fato de algumas organizações criarem e utilizarem uma versão interna própria do ChatGPT, ou seja, de um modelo de linguagem semelhante ao ChatGPT, porém personalizado e adaptado para atender às necessidades específicas da organização (OpenAI, 2016).

Outras ferramentas mencionadas foram o Microsoft Copilot, o DALL-E⁵ da OpenAI, o Jasper AI⁶, o Google Bard (atualmente chamado de Gemini), o Bing Chat (atualmente, Copilot), o Bing Design (atualmente chamado de Bing Image Creator⁷), o Stable Diffusion⁸, o Stable Audio⁹, o Adobe Firefly¹⁰, o Canva¹¹, o Writer¹², o Rytr¹³, o Midjourney¹⁴ e o Lumen5¹⁵ (McCorkindale, 2024).

A integração da IA Generativa, especificamente na área de Comunicação Organizacional, também tem recebido a atenção da área acadêmica. Baptista e Belim (2024), por

⁵ <https://openai.com/index/dall-e-2/>

⁶ <http://jasper.ai/>

⁷ <https://www.bing.com/images/create?form=MA13FV>

⁸ <https://www.stable-diffusion-france.fr/>

⁹ <https://www.stableaudio.com/>

¹⁰ <https://www.adobe.com/products/firefly.html>

¹¹ <https://www.canva.com/>

¹² <https://writer.com/>

¹³ <https://rytr.me/>

¹⁴ <https://www.midjourney.com/home>

¹⁵ <https://lumen5.com/>

exemplo, elaboraram um histórico com base em estudos anteriores e identificaram que a relação entre IA e Comunicação Organizacional já vinha se mostrando presente desde 2019, sobretudo nos subcampos das Relações Públicas, Comunicação de Marketing e Comunicação Política.

Já Cusnir e Nicola (2024), ao abordarem a diversidade dos usos de IA em RP, citam inúmeras atividades que já se encontram integradas à Inteligência Artificial, como coleta de dados de pesquisas, feedback a clientes, gerenciamento e automação de conteúdos em redes sociais, auxílio em monitoramento de crises, para citar apenas alguns exemplos.

Contudo, os autores não especificaram pontualmente o uso da IA Generativa enquanto tecnologia auxiliar e nem especificaram quais tarefas poderiam ser beneficiadas por esta tecnologia.

Góis (2023) adotou estratégia de pesquisa semelhante, mas foi um pouco mais além. A autora, que analisa o impacto da Inteligência Artificial, especificamente na área das Relações Públicas, não aborda em detalhe o potencial da IA Generativa, mas já cita algumas atividades que podem ser otimizadas com o uso de ferramentas de IA Generativa. A autora cita, por exemplo, aplicações especializadas na criação de imagem e vídeo, como DALL-E, o Midjourney e o Make-a-video¹⁶, mas não destaca aplicações específicas que pudessem servir como suporte na criação de conteúdo textual, ou mesmo tradução de textos, como ChatGPT ou Jasper AI.

Apesar disso, a autora reconhece o grande impacto que a IA em geral pode ter enquanto um mecanismo para melhorar o processo de escrita, tornando-o mais simples e eficiente. Essa ideia ressoa com os achados do estudo de McCorkindale (2024), em que a maioria dos entrevistados indicou a IA como uma ferramenta que deveria ser utilizada para complementar e aprimorar o trabalho.

¹⁶ <https://makeavideo.studio/>

2.2. Panorama das tecnologias de IA e IA Generativa para Comunicação Organizacional e RP até 2024

Os argumentos apresentados até aqui indicam, sem sombra de dúvida, que tanto a Inteligência Artificial quanto IA Generativa já fazem parte da rotina de trabalho dos profissionais de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Todavia, as pesquisas, relatórios e estudos analisados até o momento não apresentaram, de forma direta, um compilado que relacione as principais atividades destes profissionais, bem como as ferramentas de Inteligência Artificial disponíveis para apoiar essas atividades e suas respectivas potencialidades ou pontos fortes.

Ardila (2020), num estudo em que busca mostrar como a IA estava transformando a área de Relações Públicas, fez um movimento no sentido de listar as possíveis formas de se utilizar a IA, suas potencialidades, benefícios e riscos envolvidos na adoção desta tecnologia nas atividades práticas de Comunicação Organizacional e RP. O material produzido pela autora é relevante pois, mesmo antecedente ao lançamento do ChatGPT, já considerava a geração de conteúdo como uma das funcionalidades da IA que seria útil.

Vale destacar, porém, a Tabela 1, reproduzida abaixo, em que, apesar de não citar ferramentas específicas, a autora elenca atividades e/ou funcionalidades que já fazem ou podem vir a fazer parte da rotina de trabalho de profissionais de Comunicação e Relações Públicas, e que contam com o suporte da IA.

Tabela 1. IA aplicada a atividades de Comunicação Organizacional e RP

Atividade	Descrição
Análise de Sentimento	A análise de sentimento é um método para identificar e categorizar um texto, com o objetivo de determinar se seu conteúdo apresenta valor emocional positivo, negativo ou neutro.
Monitoramento Social (ou Escuta de Audiência)	Ferramentas de monitoramento de media sociais, com suporte de IA, permitem que os profissionais de comunicação 'escutem' o que está sendo dito sobre uma organização, marca, pessoa ou tópico na internet. Essas

	ferramentas rastreiam sites como blogs, notícias, fóruns e plataformas sociais, categorizam e indexam os dados, gerando análises detalhadas para monitoramento e resposta.
Criação e Curadoria de Conteúdo	As ferramentas de IA para essa atividade visam economizar tempo tanto na etapa inicial quanto na etapa final do trabalho dos redatores. Elas fornecem insights sobre conteúdos para públicos específicos e ajudam a planejar hashtags ou menções.
Reconhecimento de Voz	Reconhecimento de voz é a capacidade de uma máquina ou programa de receber e interpretar falas, ou entender e executar comandos falados. Programas de reconhecimento de voz são usados para identificar personalidades e detectar identidades falsas por meio de padrões de voz.
Reconhecimento de Imagem	É uma aplicação avançada de PLN e ML, que permite que a IA analise e reconheça imagens e vídeos para detectar contextos relevantes, ou para categorizá-los e interpretá-los.
Treinamento de Fala	Em um estágio inicial, programas de treinamento de fala usam IA para ensinar profissionais a melhorar as suas habilidades de falar em público. Essas plataformas frequentemente fornecem feedback sobre palavras, tom e ritmo, com foco em melhoria de desempenho.
Personalização	Ferramentas, com suporte de IA, utilizam dados de múltiplas fontes para gerar uma visão única do público. Elas ajudam a descobrir tendências e segmentos específicos de público com base em padrões comportamentais, dados socioeconômicos e outros critérios.
Revisão	Programas de IA que auxiliam no processamento de linguagem natural, corrigem gramática e frases, bem como tonalidade de texto.
Tradução	Programas que, com uso de IA, são capazes de interpretar o contexto de uma frase com precisão e traduzir palavras para outro idioma.

Identificação de Influenciadores/Jornalistas	Programas de recomendação alimentados por IA podem localizar e identificar com precisão contas falsas em conteúdos ou perfis de influenciadores/jornalistas. Eles também podem identificar 'influenciadores falsos' que inflacionam seus números de seguidores.
Agentes Inteligentes (Assistentes de Voz)	Assistentes de voz como Duplex, Siri, Cortana e Alexa usam processamento de linguagem natural (PLN) para interpretar comandos de usuários. Eles executam tarefas como configurar lembretes, encontrar direções, fazer pedidos ou responder perguntas, permitindo interação ágil e personalizada.

Fonte: Adaptado e traduzido de Ardila (2020)

O compilado de Ardila (2020) não sana a lacuna identificada no início deste tópico, mas é uma inspiração que pode ser útil para solucionar a questão, assim como a figura (podem ser visualizada no Anexo B), também criada pela autora, e que complementa os argumentos sobre o potencial da IA.

Tomando então como base os conteúdos da Tabela 1 e do Anexo B e, sobretudo, tomando como base o trabalho de Góis (2023) e o resultado das pesquisas elaboradas por McCorkindale (2024) e pela CIPR (2024), elaborou-se uma tabela que pretende mapear de forma mais direta as atividades essenciais no campo de Comunicação Organizacional e das Relações Públicas, e também identificar como se dá a aplicação de ferramentas que utilizam IA e a IA Generativa em cada uma dessas atividades.

A elaboração desta tabela, que pode ser vista no Anexo C, mostra-se relevante sob o prisma da pesquisa acadêmica, uma vez que poderá servir como base para comparar a evolução e as tendências de uso da IA em RP ao longo do tempo. É relevante destacar que as ferramentas elencadas encontravam-se disponíveis para uso entre os anos de 2023 e 2024, ou seja, trata-se de um recorte temporal específico.

Mesmo não abrangendo a totalidade das atividades de RP e de Comunicação Organizacional e, considerando o fato de que muitas das atividades listadas podem servir a mais de um propósito, pode-se dizer que a tabela também se mostra relevante sob o prisma da prática profissional, pois exemplifica as principais atividades, sob o

ponto de vista dos próprios profissionais (CIPR,2024), e as principais ferramentas de IA e IA Generativa utilizadas como suporte a estas atividades, ou seja, a tabela pode servir também como uma referência para profissionais em atividade que desejem utilizar a IA no seu dia-a-dia.

Considerando-se os pontos destacados nas tabelas apresentadas, é relevante compreender de que modo os profissionais lidam com essas novas tecnologias e qual a real percepção destes, em relação à crescente inovação, bem como o impacto de tais percepções nas rotinas de trabalho.

Capítulo 3. Percepção dos profissionais e adoção de novas tecnologias

Neste terceiro capítulo, buscar-se-á identificar como os profissionais de Comunicação e Relações Públicas vêm adotando a Inteligência Artificial, e de que modo a percepção que esses profissionais possuem acerca desta nova tecnologia pode impactar neste processo.

Apesar de serem assuntos complementares (a adoção de novas tecnologias, bem como a percepção dos profissionais acerca das mesmas), optou-se por tratar cada um dos temas em subtópicos, de modo a trazer mais clareza à abordagem proposta no trabalho.

3.1. Modelos de aceitação de novas tecnologias e a IA

Estudos desenvolvidos em diversos campos do conhecimento vêm, ao longo dos anos, buscando compreender de que modo se dá a interação e a percepção dos indivíduos em relação às tecnologias emergentes, sobretudo a partir do final dos anos 80.

O *Technology Assessment Model* (TAM), ou Modelo de Aceitação de Tecnologia, proposto por Davis (1989), por exemplo, defende que a utilidade percebida e a facilidade de uso são determinantes no processo de decisão de uso - ou não - de uma nova tecnologia. Outra proposta mais recente, a *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), ou Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia, desenvolvida por (Venkatesh et al., 2003), já propõe que aspectos como influência social e condições facilitadoras também exercem impacto significativo na adoção de novas ferramentas.

Uma pesquisa desenvolvida por estudantes da Universidade Federal de Sergipe em 2024, por exemplo, propôs a aplicação do Modelo TAM para analisar os fatores que influenciam a aceitação da IA em diferentes contextos. Num universo de pesquisa formado exclusivamente por respondentes brasileiros, a equipe identificou que a confirmação das expectativas é um fator-chave tanto para a satisfação, quanto para a percepção de utilidade dos usuários, sendo que ambos os fatores desempenham papel

preponderante na decisão do usuário de continuar ou não a usar a IA (Santos et al., 2024).

Apesar do estudo atual não pretender se aprofundar ou mesmo aplicar os modelos TAM e UTAUT, entende-se que é relevante considerar essas teorias como um suporte para compreender como a percepção dos usuários, sobretudo acerca da utilidade e confiança, pode fomentar ou inibir o uso de IA e IA Generativa.

Esse ponto será aprofundado no tópico seguinte, onde serão apresentados estudos que evidenciam como profissionais de Comunicação Organizacional e RP consideram fatores como utilidade, confiança e facilidade de uso determinantes no processo decisório relacionado à adoção de ferramentas de Inteligência Artificial, especialmente de IA Generativa.

3.2. A percepção dos profissionais de Comunicação Organizacional e RP acerca da IA e IA Generativa: evolução e análise comparativa

Pela primeira vez em mais de uma década, a IA e o seu impacto na profissão foram citados pelos profissionais de Comunicação Organizacional e Relações Públicas como “o maior desafio que a área enfrenta, bem como a expertise com a maior lacuna de competências” (CIPR, 2024, p. 7).

Cusnir e Nicola (2024) apontam que o uso de IA Generativa em atividades de Relações Públicas seria uma nova etapa no processo de transformação e evolução da profissão, já radicalmente transformadas pelo surgimento da Internet e, num segundo momento, pelas redes sociais.

Essa evolução também foi constatada na pesquisa realizada no final de 2024 pela empresa *Muck Rack*, especializada em softwares para RP. Ao ouvir mais de mil profissionais de todo o mundo, ficou claro o quanto as rotinas de trabalho já se encontravam modificadas pelo uso da IA Generativa, e o quão rápida se deu essa mudança. Os achados do estudo mostram que, para 74% dos profissionais de Relações Públicas entrevistados, houve um aumento na qualidade do seu trabalho ao utilizar IA, e para 89% a conclusão dos projetos ocorre mais rapidamente com o uso da IA. Apesar

do uso crescente da ferramenta e de reconhecerem os benefícios que ela traz para o trabalho, sentimentos de pessimismo e desconfiança se mostraram presentes: 95% dos profissionais de Relações Públicas afirmaram que editam os resultados gerados pela IA e mais de metade considera que a utilização de conteúdos gerados por IA sem revisão é um risco, ou seja, ainda não confiam plenamente nos resultados entregues pela IA Generativa. Ao mesmo tempo, 68% estão preocupados com a possibilidade de a próxima geração de profissionais de Relações Públicas não aprender os fundamentos básicos da profissão (Muck Rack, 2024).

Os achados de McCorkindale et al. (2024) também apontam para um “entusiasmo cauteloso”, com líderes de Comunicação “reconhecendo o poder da IA para aprimorar a criatividade e a eficiência humanas, mas ao mesmo tempo enfatizando a necessidade de salvaguardas robustas e estruturas éticas” (p. 3).

Voltando um pouco no tempo, com o intuito de focar no cenário europeu, o estudo realizado por Sebastião (2020), dois anos antes da ascensão do ChatGPT e da IA Generativa, já mostrava uma percepção pessimista dos profissionais, sobretudo de RP. O estudo mostrou os profissionais portugueses como os menos informados sobre IA na Europa à época. Além disso, na percepção dos portugueses, o principal impacto da adoção da IA se daria na forma como os profissionais teriam de se ajustar ao uso das novas ferramentas. Os achados do estudo indicam ainda que os profissionais não se sentiam capacitados para lidar com IA e outras tecnologias dela derivadas, sendo a falta de capacitação o maior problema no processo de adoção destas ferramentas. Em outro estudo mais recente, Góis (2023) também buscou entender a percepção dos profissionais portugueses atuantes em Agências de Comunicação, em especial daqueles em funções de liderança. Doze profissionais foram entrevistados entre novembro de 2022, ou seja, dentro da janela de lançamento do ChatGPT. Mesmo nesta época, a pesquisa identificou profissionais com conhecimento superficial sobre IA, uma vez que a totalidade dos entrevistados se mostrou incapaz de identificar diferentes tipos de Inteligência Artificial. Segundo a autora, “os resultados sugerem que os profissionais de RP ainda não dominam o tema, nem têm conhecimento daquilo que a IA já permite” (p. 134).

Apesar de certa perspectiva negativa em relação ao futuro, foi possível identificar, entre os entrevistados, profissionais que já utilizaram o ChatGPT na sua rotina de trabalho. Esses participantes destacaram a agilidade da ferramenta na execução de tarefas simples, corroborando os achados de estudos mais recentes (McCorkindale et al., 2024; Muck Rack, 2024). O grupo foi unânime ao apontar que o ChatGPT seria útil em tarefas como criação de conteúdo e investigação. Contudo, também previram que a ferramenta “não irá substituir o trabalho humano” (Góis, 2023, p. 161).

Notou-se uma escassez de publicações e estudos que avaliassem a percepção de profissionais brasileiros de Comunicação Organizacional e RP acerca do uso de IA e IA Generativa, o que impede o aprofundamento e mesmo a comparação com estudos anteriores a nível global ou focados exclusivamente no cenário Português. Espera-se, com este trabalho, sanar esta lacuna.

Capítulo 4. Competências emergentes e a necessidade de regulação da IA

A integração da Inteligência Artificial Generativa às práticas de trabalho de Comunicação Organizacional e Relações Públicas exige, inevitavelmente, o desenvolvimento de novas competências, tanto técnicas como comportamentais. E não se trata apenas de dominar o uso das ferramentas, mas também compreender os seus limites, e sobretudo saber interpretar criticamente os resultados obtidos, zelando pela precisão das informações geradas e compartilhadas.

Como consequência desse processo transformador, emergem preocupações éticas e questões relacionadas à necessidade de regulação, especialmente diante da ausência (ou incipiência) de normas claras sobre o uso responsável dessas tecnologias.

Neste capítulo, estas duas questões serão abordadas com base no referencial teórico disponível, abordando tanto as competências emergentes, quanto as normativas vigentes ou em desenvolvimento no Brasil e em Portugal referentes ao uso e aplicação da IA.

4.1. Novas competências para novas tecnologias

Em 2016, outro relatório elaborado pelo *Institute for Public Relations*, afirmava que o desafio dos profissionais de RP seria reconhecer que a profissão atual não é mesma de há anos atrás, e que seriam necessárias novas competências. Naquela época, a publicação referia-se às transformações trazidas pelo uso de *Big Data* (ou grandes volumes de dados e informações) enquanto estratégia para a tomada de decisões (Weiner et al., 2024).

Apesar da IA ser citada por Weiner et al. (2024), apenas como um dos desdobramentos possíveis do uso de grandes volumes de dados, é justamente ela que hoje se apresenta como o mote desafiador para profissionais não apenas de RP, mas de todas as áreas da Comunicação, no que diz respeito a competências, habilidade e, sobretudo, conhecimento (Adi, 2023).

Em um estudo abrangendo 19 países da América Latina e mais de mil profissionais de Comunicação, incluindo brasileiros, Álvarez-Nobell et al. (2022) buscaram delinear quais seriam os tópicos estratégicos e as principais tendências profissionais em Relações Públicas na região. Apesar de não abordar diretamente o tema de desenvolvimento de novas competências, chama a atenção o fato de os principais desafios apontados estarem relacionados com a evolução digital, velocidade, volume de informações e uso de *big data* e/ou algoritmos para comunicação, ou seja, temas intimamente relacionados com a IA Generativa, que ganharia destaque pouco tempo depois.

Buscando trazer mais clareza sobre o assunto, Seidenglanz e Baier (2023) elaboram uma lista de competências que seriam necessárias no cenário atual, sendo elas: colaboração, interação, monitoramento e otimização de aplicações de IA; análise e interpretação de dados. Os autores complementam que os profissionais devem ser capazes de compreender os fundamentos das ferramentas e tecnologias de IA e IA Generativa, e destacam o *prompt engineering* (ou engenharia de comandos) como um exemplo de técnica que precisaria de ser dominada pelos profissionais (Seidenglanz & Baier, 2023).

A engenharia de *prompts* pode ser entendida como “o processo de conceber e refinar consultas de entrada, ou “prompts”, para obter respostas desejadas de Modelos de Linguagem de Grande Escala (LLMs)” (Marvin et al., 2024, p. 388). De uma maneira mais basilar, pode ser compreendido como a capacidade de criar perguntas ou textos com comandos claros, objetivos e precisos, de modo a otimizar o desempenho de ferramentas de IA Generativa, e permitindo, com tais comandos, gerar mensagens apropriadas ao grupo-alvo pretendido, utilizando a tonalidade adequada e uma boa verbalização (Seidenglanz & Baier, 2023)

Os autores acreditam, por fim, que a alfabetização em dados e IA, em várias formas e funções, será indispensável para o futuro das Relações Públicas, e também um caminho para que os comunicadores possam dialogar de modo mais igualitário com profissionais das áreas de tecnologia.

É interessante observar, porém, que as habilidades esperadas dos profissionais de Comunicação e RP, num cenário de inovação veloz e disruptiva, como a que ocorre com

a IA Generativa, não se limitam apenas ao escopo das competências técnicas, sobretudo na visão dos Gestores de Comunicação.

Os entrevistados por Góis (2023), por exemplo, entendem que o profissional de RP do futuro deve possuir, sobretudo “inteligência emocional, boa capacidade de comunicação e interação, soft skills, inquietude, paciência, habilidades de interpretação de informação e ativismo” (p. 155). Observa-se aqui uma visão bem diferente da defendida por Seidenglanz e Baier (2023), uma vez que os profissionais entrevistados por Góis (2023) não consideram como relevantes as competências digitais e outras relacionadas com Inteligência Artificial.

Para a autora, porém, esse posicionamento sugere apenas que os profissionais entrevistados ainda não tiravam proveito das potencialidades da IA Generativa e *Big Data*, ou seja, ou não usavam ou não conheciam as técnicas e ferramentas. Por isso, para Góis (2023), a adoção da IA nas rotinas de trabalho deve continuar sendo vista como uma oportunidade para os profissionais se atualizarem, desenvolverem novas competências, e manterem, assim, a sua relevância no mercado de trabalho.

4.2. A questão ética e da regulação

Ao longo do processo de adaptação dos profissionais de Comunicação e RP à IA, não são apenas as competências profissionais e pessoais que estão a ser revistas. Entidades representativas como a PRSA e a CIPR, por exemplo, já movimentaram esforços no sentido de atualizarem os seus Códigos de Ética.

Tais documentos visam servir como fonte de “orientação sobre como prevenir e gerir os potenciais desafios éticos que possam surgir da utilização inadequada das ferramentas de IA” (Staley et al., 2023, p. 3). Além disso, buscam “analisar os tipos mais comuns de questões éticas introduzidas pelas ferramentas e processos de Inteligência Artificial utilizados nas relações públicas” (Valin & Gregory, 2020, p. 4). Vale destacar que, em especial, no material do CIPR, “muitas dessas questões giram em torno de dados, algoritmos e privacidade” (Valin & Gregory, 2020, p.4).

Tais preocupações com questões éticas não se restringem aos profissionais de Comunicação e RP, sendo também compartilhadas com a e Governos, o que deixa claro a dimensão e complexidade do tema em questão.

Para pesquisadores e especialistas em IA, por exemplo, “ameaças emergentes, como o cibercrime impulsionado por IA (...) exigem atenção imediata, assim como as implicações éticas das novas técnicas de IA” (Conitzer & Russell, 2025, p. 28), o que incluiria a IA Generativa e toda a gama de riscos que o uso inadvertido da ferramenta poderia trazer. Essa constatação reforça a necessidade de ações regulatórias que englobem os desafios técnicos, mas também visem proteger os direitos e garantir segurança dos usuários (Díaz-Rodríguez et al., 2023).

Para amenizar tais riscos, a União Europeia, da qual Portugal é Estado membro, publicou em junho de 2024 a Lei da IA (AI Act), considerada a primeira lei abrangente do mundo sobre o tema (Parlamento Europeu, 2025).

É interessante apontar que, em tal legislação, sistemas que fazem uso de Inteligência Artificial Generativa, como o ChatGPT, não se encontram classificados como de risco elevado, mas precisam cumprir requisitos de transparência, garantindo que seja clara para o usuário a origem dos dados e quais informações e imagens foram criadas pela IA. A norma também prevê respeito aos direitos de autor e obriga as empresas responsáveis pelas aplicações a comunicarem a ocorrência de quaisquer incidentes graves à Comissão Europeia, no caso de atualização das ferramentas já disponíveis para o público (Parlamento Europeu, 2025).

No Brasil, a Inteligência Artificial ainda não se encontra regulamentada, mas há iniciativas públicas, como o projeto de lei (PL 2.338/2023) que em março de 2025 foi remetido à Câmara dos Deputados para análise e votação (Senado Federal, 2025).

Existem ainda ações por parte do Governo Federal, como o Plano Brasileiro de Inteligência Artificial (PBIA), que busca fortalecer a infraestrutura tecnológica nacional, promover capacitação em larga escala de profissionais, valorizar a diversidade linguística e cultural, e ampliar a atuação estratégica do Brasil, enquanto motivador do desenvolvimento da IA, no cenário internacional (Governo Federal, 2024).

Dentro deste escopo, há uma publicação sem caráter normativo, mas com foco em orientação dos profissionais que atuam no governo, denominada “IA Generativa no Serviço Público - Definições, usos e boas práticas”, que visa apresentar “orientações práticas para o uso ético e eficaz dessas ferramentas no setor público brasileiro” (Governo Federal, 2025, p. 4).

As iniciativas internacionais e nacionais apresentadas deixam claro que existe um movimento colaborativo e multidisciplinar no sentido de se desenvolver novos marcos regulatórios e também de se revisar preceitos éticos, buscando adaptá-los à evolução da IA e aos dilemas emergentes “relacionados com a privacidade, a responsabilidade e a justiça” (Kim, 2025, p. 76). Contudo, a rapidez no desenvolvimento das tecnologias de Inteligência Artificial, amplia também a urgência de se tratar das novas questões éticas e até de segurança que surgem, “e atualmente não dispomos de mecanismos técnicos e regulatórios adequados para os enfrentar” (Conitzer & Russell, 2025, p. 28).

Parte II - Investigação empírica

Capítulo 5. Metodologia e o desenho de pesquisa

Este capítulo busca destacar os objetivos propostos pelo trabalho, assim como as perguntas que guiaram a elaboração da pesquisa. É nele também que se apresentará as estratégias metodológicas adotadas, incluindo o detalhamento do processo de coleta de dados e as técnicas aplicadas na análise.

5.1. Objetivos e perguntas de pesquisa

O presente estudo tem como objetivo geral identificar e comparar as percepções de profissionais de Comunicação e Relações Públicas do Brasil e de Portugal acerca da adoção da Inteligência Artificial Generativa nas suas práticas de trabalho.

Tal proposta se embasa na potencialidade de transformação que a adoção de GenAI pode trazer para as rotinas de trabalho dos profissionais de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, assim como os possíveis desafios que a introdução de novos meios e ferramentas de trabalho podem representar.

Uma vez que a GenAI e as suas aplicações são destaque tanto no meio acadêmico como em diversos outros setores sociais (Fórum Econômico Mundial, 2024), a pesquisa mostra-se relevante por lançar luz sobre um tema ainda pouco explorado, e também por promover uma comparação entre as percepções de profissionais destas áreas, atuantes nos dois países lusófonos de maior relevância econômica internacional: Brasil e Portugal.

Partindo-se deste cenário, o estudo se propõe a responder as seguintes questões de pesquisa:

Q1: Como é que os profissionais de Comunicação do Brasil e de Portugal entendem e percebem a Inteligência Artificial Generativa nas suas rotinas de trabalho?

Q2: Quais são as ferramentas ou soluções mais utilizadas e quais são os fatores que motivam ou determinam a adoção da IA Generativa nas rotinas de trabalho dos profissionais entrevistados?

Q3: Quais as principais dificuldades e riscos observados pelos profissionais entrevistados quanto ao uso da GenAI?

5.2. Classificação quanto ao tipo de pesquisa

Considerando o contexto em que a pesquisa foi realizada, pode-se classificá-la, quanto ao seu tipo, como descritiva, uma vez que “expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza” (Vergara, 2000, p. 47).

Encontra-se reforço para essa classificação em Gil (2008), que considera como descritivas as pesquisas que têm por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população. Tal definição encontra-se alinhada ao que é proposto nas questões de pesquisa, pois o intento é, de facto, descrever características comportamentais, opiniões e crenças de uma população (percepções dos profissionais de Comunicação), assim como expor as características de um fenômeno (difusão/adoção de uma nova tecnologia enquanto ferramenta de trabalho), identificando, ao longo do estudo, as correlações entre população e fenômeno.

Creswell e Creswell (2018) pontuam que a natureza de uma pesquisa pode ser apenas qualitativa, quantitativa ou mista. Daymon e Holloway (2011) também ponderam que “é necessária uma abordagem qualitativa e quantitativa para compreendermos corretamente as Relações Públicas e a Comunicação estratégica como fenômenos e disciplinas distintas, e o seu papel na sociedade” (p. 16). Os autores destacam, contudo, o papel da abordagem qualitativa, sobretudo pela flexibilidade em permitir ao pesquisador estudar a complexidade, as relações de poder e a co-construção de significados de maneira holística ou crítica sem, contudo, abrir mão do rigor e da ordem.

Dentro deste conceito, a atual pesquisa pode ser classificada como qualitativa, não abdicando, porém, dos dados sociodemográficos, como forma de garantir a análise e interpretação mais adequadas dos resultados obtidos com o estudo.

5.3. Recolha de dados

Utilizou-se como método de recolha de dados as entrevistas semi-estruturadas em profundidade, que se enquadram como fonte de dados primários.

As entrevistas semi-estruturadas em profundidade produzem dados originais, que ainda passarão pelo processo de análise e interpretação (dados primários). De acordo com Gil (2008), a entrevista é uma das técnicas de recolha de dados mais utilizadas nas pesquisas sociais e mostra-se muito eficiente para a obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano.

Duarte e Barros (2017) apresentam argumentos que reforçam essa escolha. Os autores traçam um comparativo entre os diferentes tipos de entrevista e abordagens, conforme pode ser visto abaixo, deixando mais claro o carácter útil da entrevista em profundidade para estudos que tratam de conceitos, percepções ou visões sobre uma situação analisada.

Tabela 2. Modelos e tipologia de entrevista

Pesquisa	Questões	Entrevista	Modelo	Abordagem	Respostas
Qualitativa	Não-estruturadas	Aberta	Questão central	Em profundidade	Indeterminadas
Qualitativa	Semi-estruturadas	Semi-aberta	Roteiro	Em profundidade	Indeterminadas
Quantitativa	Estruturadas	Fechada	Questionário	Linear	Previstas

Fonte: (Duarte e Barros, 2017)

Desta forma, seguindo as tipologias propostas por Duarte e Barros (2017), e por se tratar de uma pesquisa qualitativa, optou-se pelo seguinte: questões semiestruturadas, entrevista semiaberta e seguindo um modelo de roteiro. A abordagem aos entrevistados foi em profundidade, o que trará respostas indeterminadas, ou seja, não havia uma previsão sobre o que os entrevistados poderiam responder.

A opção pela entrevista em profundidade é justificada pela maior liberdade proporcionada por esse tipo de abordagem, em que é possível adotar novas perguntas além das propostas no roteiro, e aprofundar a conversação, nos casos em que o

entrevistado ou entrevistada se mostrem abertos a explorar o tema com mais intensidade. Gil (2008) destaca a flexibilidade que a entrevista oferece ao entrevistador, que pode esclarecer o significado das perguntas e adaptar-se mais facilmente às pessoas e às circunstâncias em que se desenvolve a entrevista.

5.4. Universo da pesquisa

A coleta de dados primários teve como universo de pesquisa a totalidade de profissionais de Comunicação e Relações Públicas de Portugal e Brasil. A seleção da amostra, por sua vez, seguiu em parte o método de seleção adotado por Góis (2023). No seu trabalho, a autora optou pela amostra por conveniência, porém, dentro de um universo de apenas 20 empresas portuguesas de Comunicação.

Neste estudo, optou-se por uma amostra por conveniência e também pelo método de bola de neve, em que um dos participantes da amostra indica outro (Daymon & Holloway, 2011). A escolha justifica-se pelo fato de que, neste trabalho, procurou-se obter a perspectiva de profissionais que atuassem em organizações de diferentes setores, de diferentes dimensões, tanto públicas quanto privadas, no Brasil e em Portugal. Essa maior abrangência do universo de pesquisa obrigou a que fossem adotados mais do que um método de seleção, de modo a completar uma amostra relevante para o estudo.

5.4.1. Critérios de seleção da amostra

Para a construção da amostra foram considerados como critérios de seleção, a formação acadêmica e a área de atuação na empresa, independentemente do nível hierárquico e da senioridade na organização. Com isso, restringiu-se a amostra a profissionais graduados em Comunicação ou Relações Públicas, que atuem diretamente com Comunicação Estratégica e RP ou que prestem serviços de consultoria/orientação para empresas. Optou-se também por convidar pessoas de diversas faixas etárias, com tempo de experiência profissional e posições hierárquicas variadas.

Ao limitar a amostra a profissionais com uma formação específica e que atuam em uma área determinada, garante-se que todos os participantes tenham um conhecimento

básico comum e estejam inseridos no mesmo contexto profissional, o que confere homogeneidade à amostra.

Ao mesmo tempo, ao incluir pessoas de diferentes faixas etárias, tempos de experiência e posições hierárquicas, permite-se a inserção de perspectivas e experiências diversificadas, proporcionando assim um panorama mais amplo dentro do campo de análise proposto neste estudo.

Neste contexto, a rede social LinkedIn¹⁷ foi escolhida como fonte para pesquisar e identificar perfis dentro dos parâmetros definidos para a pesquisa. A plataforma também foi utilizada para convidar os profissionais a participarem da pesquisa.

A abordagem aos possíveis entrevistados se deu a partir da primeira semana de outubro de 2024, com a proposta de se concluir as entrevistas até o final da primeira semana de novembro do mesmo ano.

Neste período, foram contactados 32 profissionais via LinkedIn e um profissional por e-mail. Deste total, 14 pessoas responderam positivamente, concordando em participar das entrevistas: sete profissionais portugueses e sete brasileiros. Os 19 profissionais que não responderam ao convite ou que responderam após o prazo, foram excluídos da amostragem.

De acordo com Daymon e Holloway (2011), amostras que tenham entre 4 e 40 participantes são satisfatórias para o desenvolvimento de pesquisas qualitativas. Desta forma, pode-se afirmar que uma amostra com 14 profissionais, divididos igualmente entre os dois países foco da pesquisa, mostra-se adequada às pretensões do estudo.

A tabela abaixo traz alguns detalhes sobre os profissionais que participaram da entrevista. Contudo, eles serão identificados por códigos, uma vez que se optou por manter o anonimato dos entrevistados e das empresas, de modo a preservá-los e também para permitir que a pesquisa seja o mais isenta possível. A tabela também lista

¹⁷ <https://www.linkedin.com/>

o cargo que cada pessoa ocupa e o segmento de atuação da organização onde cada um trabalha.

Tabela 3. Lista de Entrevistados

País	ID	Cargo	Setor	Área de Atuação
Brasil	B1	Coordenadora de Conteúdo	Governo	Administração pública
	B2	Consultora de Comunicação	Serviços	Consultoria, serviços corporativos
	B3	Executivo de Comunicação Externa e Imprensa	Energia	Empresa de energia elétrica
	B4	Chefe da Assessoria de Comunicação	Governo	Administração pública
	B5	CEO	Educação	Consultoria, serviços corporativos
	B6	Operations Manager	NGO	Instituições sem fins lucrativos, projetos sociais
	B7	Redatora (Marketing e Communications)	Tecnologia	Desenvolvimento de software e hardware, TI
Portugal	P1	Communication Manager	Automotivo	Comércio e Distribuição de Veículos/Varejo de automóveis
	P2	Internal Communication	Tecnologia	Desenvolvimento de software e hardware, TI
	P3	Communications Director	Transporte	Empresa de mobilidade urbana
	P4	Redator	Arte/entretenimento	Produção cultural, eventos, música, teatro
	P5	Head of Business Development for the Arts	Educação/Pesquisa	Pesquisa científica, inovação, Startups

	P6	Head of Communications and Sustainability	Educação/Pesquisa	Pesquisa científica, inovação, Startups
	P7	Coordenadora de Comunicação	Arte/entretenimento	Produção cultural, eventos, música, teatro

Fonte: Elaborado pela autora.

Tanto o convite como a realização das entrevistas foram embasados em princípios éticos e legais, considerando a proteção dos dados dos participantes e, sobretudo, o seu consentimento prévio para a coleta de dados e gravação de áudio durante as entrevistas.

A participação dos profissionais foi voluntária, sem qualquer tipo de compensação. Para garantir a fiabilidade dos dados colhidos e a segurança dos participantes, foi fornecido um termo de consentimento que foi assinado digitalmente por todos os participantes previamente à realização das entrevistas. O modelo deste documento pode ser visualizado no Anexo D. O termo de consentimento foi disponibilizado como um documento na plataforma Google Forms¹⁸, de modo a facilitar o acesso de todos os entrevistados ao documento. A plataforma também garante a integridade das respostas, uma vez que regista local, data e o e-mail dos respondentes.

5.5. Condução das entrevistas

As entrevistas ocorreram entre a segunda quinzena de outubro e a primeira semana de novembro de 2024. Todas as entrevistas foram realizadas individualmente, por videochamada, e tiveram duração média de 30 minutos. A escolha da videochamada ocorreu devido ao fato de se tratar de uma pesquisa cuja amostra era composta por profissionais em atividade em diferentes continentes e fusos horários. Assim, a videochamada foi considerada o meio mais adequado para contactar com todos, evitando qualquer tipo de inconveniência relacionada a horário ou local para os entrevistados.

¹⁸ <https://workspace.google.com/products/forms/>

As seguintes ferramentas foram utilizadas como acessórios no processo de realização das entrevistas: otter.ai ¹⁹(para gravação de áudio); aplicativo para celular Google Transcript (para obtenção de uma transcrição prévia das entrevistas); Microsoft Teams, Google Meet ou Zoom (para as videochamadas, a depender da preferência dos entrevistados).

Conforme já explanado, todos os participantes foram contactados via mensagem pela plataforma LinkedIn, sendo informados logo no primeiro contato sobre o escopo e objetivo da pesquisa.

Por se tratar de uma pesquisa semi-estruturada, foram elaborados dois tipos de guião que contemplassem as principais questões de pesquisa e permitissem a devida flexibilidade na condução da entrevista. Cada um foi composto de 13 questões, direcionadas a identificar a compreensão dos profissionais sobre a IA, sua experiência (ou ausência) de uso, motivações, benefícios e razões para a adoção (ou não) da tecnologia, assim como os desafios, preocupações, questões éticas e perspectivas futuras, incluindo o impacto no mercado de trabalho.

É válido ressaltar que se partiu da seguinte pergunta de abertura: “Utiliza alguma ferramenta de Inteligência Artificial no seu dia a dia profissional?”. Em caso de resposta positiva, utilizava-se o Guião 1 e, em caso de resposta negativa, utilizava-se o Guião 2. Ambos estão disponíveis no Anexo E. Os dados sociodemográficos como idade, gênero, tempo de experiência e nacionalidade também foram coletados durante as entrevistas.

Apesar da permissibilidade dada pelas entrevistas semi-estruturadas em profundidade, é válido destacar que não foram criadas perguntas novas, apenas se procedeu à adaptação das perguntas e ordem já existentes ao contexto das entrevistas, quando se mostrou necessário.

¹⁹ <https://otter.ai/>

5.6. Codificação e Análise dos Dados

A técnica explanada por Schreier (2013), denominada *Qualitative Content Analysis* (QCA), ou Análise de Conteúdo Qualitativa, em livre tradução, foi a escolhida para analisar os dados coletados durante as entrevistas. Tal escolha teve por objetivo replicar o procedimento adotado por Góis (2023).

O método QCA é apresentado por Schreier (2023) como a técnica de análise mais adequada para estudos em que a pergunta de pesquisa tem um caráter descritivo e comparativo. Além disso, é também um método adequado quando se busca a análise em profundidade do significado de materiais coletados por meio de entrevistas, como é o caso do presente estudo.

Tomando-se então por base a obra de Schreier (2013), e considerando os procedimentos metodológicos adotados por Góis (2023), os passos para a realização da análise de conteúdo qualitativa proposta neste estudo serão apresentados nos tópicos seguintes.

5.6.1. Definição do Corpus e das Unidades de Análise

O Corpus textual utilizado compõe-se integralmente da transcrição das entrevistas realizadas com os 14 profissionais, material este que pode ser consultado no Anexo L. Cada uma destas transcrições, individualmente, foi considerada como uma unidade de análise primária. Esta primeira etapa teve por objetivo garantir que o material bruto fosse submetido a uma leitura detalhada, permitindo a identificação dos segmentos de interesse que, posteriormente, foram extraídos como unidades de código (e que, posteriormente no trabalho, chamaremos também de recorte ou unidade de recorte).

5.6.2. Elaboração e otimização da Grelha de Análise

A grelha inicial de análise foi criada com o auxílio da ferramenta ChatGPT, tomando-se como base os guiões das entrevistas. O *prompt* inicial usado foi o mesmo sugerido por Góis (2023) apresentando, contudo, as perguntas usadas no estudo atual. Foi preciso solicitar ao ChatGPT especificamente que gerasse uma grelha, uma vez que a resposta

inicial se deu de forma apenas textual. Tanto o *prompt* como a grelha inicial podem ser visualizados no Anexo F.

Assim como proposto por Schreier (2013) e realizado por Góis (2023), a grelha passou por um processo de otimização. Esse refinamento da grelha inicial teve por objetivo definir de forma mais clara os critérios para identificar os trechos relevantes e garantir uma estrutura de categorias rigorosa, permitindo que cada trecho analisado se enquadrasse exclusivamente em uma única subcategoria, evitando sobreposições que pudessem comprometer a análise.

5.6.3. Utilização de ferramentas computacionais

Além do uso do ChatGPT para sugerir a grelha inicial, utilizou-se também o software NVivo²⁰ para auxiliar na análise e codificação dos dados. O uso do software facilitou a identificação, organização e armazenamento dos recortes (unidades de código) extraídos das unidades de análise. Ambos os recursos tecnológicos contribuíram para o processo de sistematização dos dados, mantendo-se, contudo, a revisão e a validação humana do conteúdo gerado pelas aplicações.

5.6.4. Codificação dos dados

Com a grelha já otimizada, passou-se à codificação do material textual. Vale destacar que os recortes utilizados na análise foram selecionados buscando-se garantir que cada trecho extraído contivesse uma ideia ou conceito completo, permitindo a captura do sentido que o autor original pretendia transmitir, preservando o conteúdo semântico. Essa abordagem buscou trazer à análise o significado original de cada uma das unidades analisadas, evitando assim, interpretações fragmentadas ou descontextualizadas. O procedimento também seguiu rigorosamente o critério da exclusividade mútua, conforme enfatizado tanto por Góis (2023) como por Schreier (2013).

²⁰ <https://lumivero.com/products/nvivo/>

A versão final da codificação foi estruturada com as seguintes dimensões, categorias e subcategorias:

Tabela 4. Codificação dos Dados

Dimensão	Categoria	Subcategoria
Dimensão 1: Compreensão e Percepção da Inteligência Artificial	Categoria 1.1: Definição e Conceitualização da IA	Subcategoria 1.1.1: Definição Geral de Inteligência Artificial
Nessa dimensão estão incluídas as categorias e subcategorias relacionadas à conceituação, entendimento, elaborações mentais e percepções iniciais dos profissionais entrevistados em relação à Inteligência Artificial de um modo geral e à Inteligência Artificial Generativa.	Nesta categoria, as unidades de código, ou recortes, referem-se à elaboração mental e conhecimento prévio dos entrevistados sobre conceitos, técnicas e possíveis aplicações da Inteligência Artificial.	Engloba especificamente os entendimentos, definições e especulações dos entrevistados sobre o que seria a Inteligência Artificial, de uma forma ampla.
		Subcategoria 1.1.2: Conceção de IA Generativa
		Busca identificar se os entrevistados sabem ou vislumbram alguma diferenciação entre a Inteligência Artificial de modo genérico da Inteligência Artificial Generativa, e se são capazes de conceituar esta última.E8
	Categoria 1.2: Imaginário e Representações Mentais	
	Traz a elaboração mental e o imaginário referente à inteligência artificial, no contexto de experiência de vida e de trabalho de cada um dos entrevistados.	

Dimensão 2: Adoção e Uso das Ferramentas de IA	Categoria 2.1: Contexto e Decisão de Adoção	Subcategoria 2.1.1: Histórico e Tempo de Uso
Dimensão focada em compreender os processos de adoção, tais como influência da cultura organizacional, tempo de uso, principais ferramentas utilizadas, motivação de uso, benefícios, dificuldades, bem como os motivos e justificativas para a não adoção de IA nas práticas de trabalho.	Identificar o cenário, recorte temporal e histórico, práticas e frequência de uso e o processo decisório para a adoção de IA Generativa.	Identificar há quanto tempo aqueles que se identificaram como usuários, fazem uso, de facto, das ferramentas de IA e IA Generativa.
		Subcategoria 2.1.2: Processo Decisório (autonomia e/ou política organizacional)
		Busca explicitar o papel individual do profissional, das organizações, ou de ambos na tomada de decisão para o uso das ferramentas de IA nas rotinas de trabalho.
		Subcategoria 2.1.3: Razões para a Não Adoção da IA
		No caso dos não usuários, identificar as justificativas, ou possíveis obstáculos para a adoção das ferramentas de IA Generativa.
	Categoria 2.2: Aplicações e Ferramentas Utilizadas	Subcategoria 2.2.1: Tipos de Tarefas e/ou Atividades

	Categoria focada nas práticas de uso, busca identificar as atividades mais impactadas pelo uso de IA e ferramentas mais comuns.	Identifica as principais tarefas e atividades realizadas por ou com o suporte de ferramentas de IA.
		Subcategoria 2.2.2: Ferramentas e Soluções Citadas
		Busca enumerar quais ferramentas de IA foram citadas pelos entrevistados. Nesse campo serão incluídas ferramentas gerais de IA, incluindo as que tenham IA Generativa acoplada, assim como as exclusivamente de IA Generativa.
	Categoria 2.3: Fatores Motivacionais para o Uso	
	Pontuar os principais motivos que levaram os usuários a incorporar a IA em suas práticas profissionais.	
Dimensão 3: Impactos e Implicações do Uso da IA	Categoria 3.1: Benefícios Percebidos	
Essa dimensão busca explicitar os principais benefícios percebidos e também as principais dificuldades encontradas no processo de uso das ferramentas de IA.	Relacionar os principais benefícios percebidos individualmente, mas também para a Organização.	

	Categoria 3.2: Dificuldades, Desafios e Preocupações	Subcategoria 3.2.1: Dificuldades na Utilização
	Detetar as principais dificuldades, desafios e preocupações motivadas pelo uso das ferramentas de IA Generativa.	Destacar os principais desafios enfrentados pelos usuários na implementação e no uso das ferramentas de IA.
		Subcategoria 3.2.2: Uso inadequado das ferramentas por membros das equipes de trabalho
		Constatar se há relatos e em que circunstâncias os profissionais consideram que o uso da IA se dá de modo inadequado.
	Categoria 3.3: Demanda por Formação e Capacitação	
	Identificar, entre os usuários de IA Generativa, se observam a necessidade de capacitação para um uso mais efetivo das ferramentas de IA no ambiente de trabalho, e quais os principais pontos e direcionamentos do treinamento.	
Dimensão 4: Perspetivas Futuras e Reflexões Críticas	Categoria 4.1: Visões e Projeções Futuras	Subcategoria 4.1.1: Projeções sobre o Futuro da IA na Comunicação e RP
Esta dimensão busca explicitar o resultado de um exercício de futurologia que permitiu aos entrevistados apontar seus vislumbres, preocupações, ideias e	Busca mergulhar no imaginário dos entrevistados sobre o futuro.	Apontar as expectativas dos entrevistados acerca do papel e evolução da IA no campo da Comunicação e das Relações Públicas.

fantasias sobre o futuro da Comunicação, das Relações Públicas e da Inteligência Artificial, bem como reflexões críticas livres sobre o tema.		
		Subcategoria 4.1.2: Impactos para Profissionais
		Analisa como os entrevistados imaginam o futuro dos profissionais que utilizam e daqueles que não utilizam IA.
		Subcategoria 4.1.3: Impactos da IA para o mundo e a sociedade
		Analisa como os entrevistados avaliam ou prevêem possíveis impactos que a IA traz para a sociedade e para o mundo de um modo geral.
		Subcategoria 4.1.4: Perspectivas de Adoção Futura
		Explora possibilidades e condições ou intenções para uma possível adoção futura da IA Generativa nas práticas de trabalho, no caso dos profissionais que ainda não utilizam as ferramentas disponíveis atualmente.
	Categoria 4.2: Reflexões sobre Ética e Regulação	Subcategoria 4.2.1: Questões Éticas Emergentes

Apontar preocupações específicas relacionadas às questões éticas e regulatórias do uso de IA artificial.	Destacar especificamente questões e preocupações éticas apontadas pelos entrevistados, como segurança de dados e uso de trabalhos de terceiros.
	Subcategoria 4.2.2: Considerações sobre Regulamentação e Controle
	Apontamentos sobre a necessidade de políticas públicas e diretrizes governamentais para o uso e controle das tecnologias de IA.
Categoria 4.3: Preocupações Gerais e Outros Apontamentos	
Traz as manifestações espontâneas sobre o assunto e preocupações gerais sobre o uso da IA.	

Fonte: Elaborado pela autora.

Capítulo 6. Apresentação e Discussão dos Resultados

Depois de catalogar os dados com o suporte do Nvivo, passou-se à apresentação da análise dos achados, considerando-se as categorias e subcategorias utilizadas na codificação das entrevistas, assim como o aspecto comparativo proposto, levando-se em conta a nacionalidade dos entrevistados.

6.1. Características sociodemográficas da amostra

Dos 14 profissionais entrevistados, oito se identificaram como sendo do gênero feminino, e seis do gênero masculino (a divisão entre nacionalidades foi a mesma, quatro mulheres e três homens por grupo). A faixa etária predominante encontra-se entre os 30-39 anos, reunindo nove profissionais. Apenas dois dos entrevistados se encontram entre os 20-29 anos, e três na faixa dos 40-59 anos.

Em relação ao tempo de experiência, todos os entrevistados afirmaram possuir mais de seis anos de experiência, indicando que o grupo é composto exclusivamente por profissionais de nível sênior ou superior. Do total, sete dos profissionais possuem entre 10 e 15 anos de experiência na área de Comunicação, quatro possuem mais de 15 anos de experiência (sendo três deles brasileiros e apenas um português). Apenas três indicaram possuir 10 anos ou menos de experiência profissional, sendo dois desses profissionais portugueses e apenas um brasileiro.

Pela metodologia adotada para a criação da amostra de pesquisa, há uma média de dois profissionais por cada área de atuação. As exceções são: distribuição de energia, ONG, comércio de veículos/varejo de automóveis e mobilidade urbana, com apenas um profissional em cada área.

Tabela 5. Características dos Entrevistados

ID	Gênero	Idade	País	Experiência	Área de Atuação	Cargo
B1	Feminino	30-39	Brasil	Especialista (10 a 15)	Administração pública	Coordenadora de Conteúdo

B2	Feminino	40-59	Brasil	Executivo (15 +)	Consultoria, serviços corpora	Consultora
B3	Masculino	30-39	Brasil	Especialista (10 a 15)	Empresa de energia elétrica	Executivo de Comunicação
B4	Masculino	40-59	Brasil	Executivo (15 +)	Administraçã o pública	Chefe da Assessoria de Comunicação
B5	Feminino	40-59	Brasil	Executivo (15 +)	Consultoria, serviços corpora	Fundadora e Educadora
B6	Masculino	30-39	Brasil	Especialista (10 a 15)	Instituições sem fins lucrativo	Gerente de Operações
B7	Feminino	20-29	Brasil	Senior (6 a 10)	Tecnologia da Informação	Redatora
P1	Feminino	30-39	Portugal	Senior (6 a 10)	Varejo de automóveis	Employer Branding & Communicatio n Manager
P2	Feminino	30-39	Portugal	Especialista (10 a 15)	Tecnologia da Informação	Internal Communicatio n
P3	Masculino	30-39	Portugal	Especialista (10 a 15)	Empresa de mobilidade urba	Communicatio ns Director
P4	Masculino	30-39	Portugal	Especialista (10 a 15)	Produção cultural, eventos	Redator
P5	Masculino	30-39	Portugal	Executivo (15 +)	Pesquisa científica, inovação	Head of Business Development for the Arts
P6	Feminino	30-39	Portugal	Especialista (10 a 15)	Pesquisa científica, inovação	Head of Communicatio ns and Sustainability

P7	Feminino	20-29	Portugal	Senior (6 a 10)	Produção cultural, eventos	Coordenadora de Comunicação
----	----------	-------	----------	--------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Fonte: Elaborado pela autora.

6.2. Entendimento sobre IA

De modo geral, os profissionais apresentaram entendimentos diversos sobre o que seria a Inteligência Artificial, confundindo, em alguns casos, os conceitos de Inteligência Artificial e Inteligência Artificial Generativa.

Pode-se pensar, num primeiro momento, que esse fato corrobora os achados de Sebastião (2020), que à época identificou “alguma falta de entendimento sobre a IA por parte dos profissionais inquiridos” (p. 9).

Porém, esses entendimentos diversos podem ser justificados pelo fato de que “não existe consenso sobre o que é ou não é IA”, conforme defendem Narayanan e Kapoor (2024, p. 12). Ou seja, não haver um entendimento homogêneo, ou uma conceituação similar sobre o que é IA não deve ser um indicativo de falta de entendimento por parte destes profissionais.

Além disso, como já foi explicado anteriormente, tal confusão entre IA e IA Generativa por ser um efeito do uso indiscriminado do termo Inteligência Artificial para definir toda e qualquer atividade moderada por computador que mimetizasse em algum grau, habilidades humanas, inclusive os sistemas generativos (OpenAI, 2023).

A entrevistada brasileira, que atua como Coordenadora de Conteúdo (B1), por exemplo, referiu que entende a IA como “a criação de conteúdo que não é feita por um humano. É uma ferramenta que pega o conteúdo já existente e elabora esse conteúdo com o comando humano” (B1).

Essa visão também se apresenta na fala da entrevistada que atua como Consultora em Comunicação, que entende que a IA “pode gerar as coisas para você” (B1).

Nota-se que boa parte dos entrevistados brasileiros identificam a IA como um elemento que pode ajudar no desempenho de atividades, algo suplementar, que atue em

conjunto com o elemento humano. Essa visão é encontrada na fala do entrevistado que atua como Executivo de Comunicação, que entende a IA “como uma ferramenta de auxílio” (B3) e, na fala da profissional que atua como Redatora em uma empresa com foco em TI, que vê a IA como “uma tecnologia capaz de pensar e ajudar no desenvolvimento de atividades humanas, mas sempre com o apoio de um humano em alguma parte do processo”(B7).

É interessante o destaque dado pelo entrevistada B2, que atua como Consultora na área de Comunicação, ao ressaltar a utilização da IA como recurso auxiliar para o desempenho de atividades consideradas operacionais. “Para mim, inteligência artificial são recursos digitais que nós podemos utilizar para facilitar o dia a dia, principalmente para atividades muito operacionais” (B2).

Tais afirmações, por exemplo, encontram eco na visão de Galloway e Swiatek (2018), que entendem que a Inteligência Artificial no caso concreto das Relações Públicas pode ser entendida como “tecnologias que exibem habilidades cognitivas humanoides e desempenham funções semelhantes às humanas (...) de forma independente ou em conjunto com os profissionais de Relações Públicas” (p. 735).

Os profissionais portugueses, por sua vez, optam por termos um pouco mais técnicos para explicar seu entendimento sobre IA, mas ainda assim, ressaltam o papel humano no processo produtivo, estando também alinhados com a visão de Galloway e Swiatek (2018).

O profissional que atua como *Employer Branding & Communication Manager*, por exemplo, enxerga a IA como uma “parte mais robótica, computadorizada, que vai aprendendo conosco” (P1). A Coordenadora de Comunicação com foco em produção cultural, segue esse mesmo raciocínio, ampliando um pouco mais sua explicação: “(...) tenho consciência que é uma tecnologia que tem uma espécie de um lado da aprendizagem e que vai, na medida em que vamos utilizando, vamos alimentando com a informação, essa ferramenta vai absorvendo e vai conseguindo aplicar de diferentes formas” (P7).

O fator humano e o entendimento da IA enquanto elemento auxiliar também foi ressaltado pelos entrevistados portugueses. Para a Gerente de Comunicação que atua na área de varejo automotivo “a Inteligência Artificial não é nada sem a parte humana” (P1), enquanto o profissional que atua como Diretor de Comunicação na área de mobilidade urbana destaca que a IA “vai facilitando a vida de quem a ouse usar de forma conveniente. Vai automatizando algumas coisas e vai ajudando em algumas tarefas” (P3).

As falas dos entrevistados, cada um a seu modo, corroboram, em certo grau, a definição de IA escolhida para este trabalho, ou seja, a de que a IA é uma “área da ciência da computação dedicada ao desenvolvimento de sistemas capazes de executar tarefas que normalmente requerem inteligência humana” (Borges et al., 2024, p. 1).

6.3. Entendimento sobre IA Generativa

Os entrevistados brasileiros quase na totalidade associaram a IA Generativa com a ideia de criação, tendo alguns já citado a ferramenta ChatGPT como uma definição do que seria IA Generativa. Dois dos entrevistados apenas apontaram para entendimentos diferentes: um alegou não saber o que seria IA Generativa e o outro correlacionou com ferramentas como o GPS, que “ajudam em tarefas, a realizar coisas, a chegar em algum lugar” (B7, Redatora de Marketing).

Os profissionais portugueses já relacionaram a IA Generativa a dados, gestão de dados, capacidade de aprendizagem, geração automática de conteúdo textual. O ChatGPT também é citado, mas em menor escala.

De um modo geral, as falas dos entrevistados ressoam a definição de Baptista e Belim (2024), que entendem a IA Generativa como uma tipologia de Inteligência Artificial que recorre a conteúdo digital pré-existente como texto, imagens e vídeos para criar novos conteúdos digitais. Ou seja, a ideia de criação está claramente presente.

É interessante que ao se referirem à IA Generativa, o fator humano não é citado explicitamente pelos entrevistados, como se a IA Generativa, assim como as ferramentas e habilidades associadas a ela fossem dotadas de um poder total, como explanado pelo entrevista do B3, que atua como Executivo de Comunicação, ou ainda

como se fossem entes capazes de criar algo por si só, como elabora a Consultora de Comunicação (B2). O Executivo de Comunicação ainda completa que a IA Generativa e suas potencialidades “se assemelham com, pelo menos passa a ser próxima, de uma atividade que o profissional humano pudesse realizar” (B3).

Essa ausência do elemento humano nas definições de IA Generativa pode ser justificada pela ideia já vigente de que a IA teria como efeitos a automação do trabalho e a substituição de profissionais humanos por tecnologias, conforme explanado por Sampaio et al. (2024).

6.4. Imaginário e associações mentais

A elaboração de conceitos acerca de IA e IA Generativa vem, claramente, acompanhada de um imaginário e de associações mentais que podem auxiliar na compreensão de como essa tecnologia é vista, entendida e integrada por estes profissionais.

A antropomorfização da tecnologia se mostrou presente em falas que comparavam a IA Generativa a um professor, um companheiro para eficiência e mesmo um *buddie* (parceiro, em livre tradução). Em todos esses casos, tanto por parte de brasileiros, como de portugueses, fica claro uma visão positiva em relação ao papel da IA Generativa, que também foi considerada como uma ferramenta de auxílio que, se “usada corretamente, pode melhorar a nossa a nossa vida” (P3, Communications Director)

Essa positividade não se mostrou presente, porém, nas falas do entrevistado que atua com consultoria e educação focada em comunicação, que enxerga a IA como “uma concorrente para vários trabalhos”(B5) e, ao se referir especificamente ao ChatGPT, o retrata como um assistente júnior pouco confiável:

“Sabe aquele assistente que acabou de chegar na equipe? Que está cheio de gás, teoricamente é super bem informado, rápido, ágil, entrega tudo que você pedir, mas é alguém que não tem o compromisso. Não tem o mesmo compromisso, e pode puxar o seu tapete” (B5, CEO e Consultora em Educação).

O ChatGPT também foi qualificado de forma pejorativa em outra fala, do entrevistado que atua como Operations Manager (B6), que se refere à ferramenta como um escravo

digital ou robô escravo, numa clara alusão ao termo que define um “Indivíduo que foi destituído da sua liberdade e que vive em absoluta sujeição a alguém que o trata como um bem explorável” (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, s.d).

Vale aqui destacar que, apesar de não citarem o elemento humano ao definirem IA Generativa, ele é considerado neste e em outros pontos das entrevistas, ressaltando novamente a questão de que ao se referirem a IA, estão também se referindo à IA Generativa.

6.5. Histórico e tempo de uso da IA Generativa

O tempo de uso apontado pelos entrevistados coincide com o do lançamento público do ChatGPT, girando em torno de um ano e meio a dois anos, sendo que alguns entrevistados usam como marco inicial de uso justamente o lançamento da ferramenta, ou seja, final de novembro ou início de dezembro de 2022 (OpenAI, 2022).

Um dos entrevistados portugueses apontou que usa a IA Generativa há cinco anos, o que reforça, mais uma vez, a confusão de conceitos entre o que é IA e IA Generativa.

6.6. Processo decisório de uso

O processo decisório dos entrevistados para a adoção de ferramentas de IA Generativa foi basicamente pessoal, baseado na curiosidade de conhecer e entender a ferramenta.

Somente o entrevistado que atualmente exerce a função de Executivo de Comunicação em uma empresa de energia indicou que a gestão da organização (na qual trabalhava anteriormente) iniciou uma ação formal no sentido de incorporar ferramentas de inteligência artificial nas rotinas de trabalho. De acordo com o seu relato, em uma reunião, a diretoria posicionou-se da seguinte forma: “Quando for necessário, vocês podem recorrer (à IA Generativa), mas vamos buscar um curso de capacitação, analisar o processo com maior profundidade, compreender o que é IA e, principalmente, utilizar essa tecnologia de maneira muito mais assertiva” (B3).

Em Portugal, não houve relatos semelhantes. Contudo, um entrevistado português, que atua como Gerente de Comunicação com foco em varejo automotivo, indicou que houve

incentivo por parte da chefia imediata, com falas motivadoras como “usem isto, não há mal nenhum, isso facilita o trabalho” (P1).

Chama a atenção o fato das organizações não terem um papel mais ativo neste processo decisório, uma vez que em pesquisas anteriores, como a realizada pelo IPR, dos 30 entrevistados, apenas cinco apontaram não haver ninguém responsável pela Inteligência Artificial Generativa, sendo que em todas as outras organizações que participaram do estudo havia um ou mais setores responsáveis pela IA sendo, em vários casos, o próprio setor de Comunicação (McCorkindale, 2024).

6.7. Razões para não usar IA

De todos os entrevistados, apenas dois brasileiros apontaram não usar ferramentas de IA Generativa nas suas rotinas de trabalho. Um ponto em comum entre os dois é o fato de trabalharem na Administração Pública Brasileira que, à época da realização das entrevistas, ainda não havia formalizado orientações ou regras quanto ao uso da IA ou da IA Generativa nas atividades do Governo.

Como apontado anteriormente, a IA não se encontra, ainda, regulamentada no Brasil (Senado Federal, 2025), mas já existe uma orientação oficial para os servidores públicos (Governo Federal, 2025).

No entanto, a justificativa apresentada pela entrevistada, Coordenadora de Conteúdo na administração pública brasileira, para não adotar a IA Generativa, não está relacionada à organização em que atua. Segundo ela, trata-se de “uma opção pessoal, baseada na confiabilidade. Eu ainda não confio no conteúdo gerado, no conteúdo criado pela Inteligência artificial” (B1). Apesar de afirmar que não utiliza IA Generativa oficialmente nas rotinas de trabalho, a entrevistada revelou, em outro momento, utilizar uma ferramenta “que o Google disponibilizou para jornalistas” para atividades específicas, o que deixou subentendido que não ocorre o uso do ChatGPT, mas sim de outras ferramentas que funcionam com suporte de IA.

A entrevistada destacou também a sua preferência por continuar exercitando o seu processo criativo, num claro movimento de valorização do próprio conhecimento e da sua liberdade de escolha: “Eu prefiro continuar utilizando o meu conhecimento. O que

eu vejo é que alguns colegas utilizam IA Generativa de uma forma prática ali para facilitar. Pedem para a inteligência artificial gerar o texto e só revisam. É uma opção pessoal. Mas eu continuo preferindo exercitar a minha capacidade de elaborar o texto, de fazer a construção, de fazer as minhas escolhas” (B1, Coordenadora de Conteúdo).

O profissional que atua como Chefe em uma Assessoria de Comunicação na administração pública brasileira, por sua vez, apontou a falta de um controle como o motivo principal para não usar ferramentas de IA Generativa nas rotinas de trabalho. Enquanto gestor de uma equipe na Administração Pública, também evita motivar o uso entre os demais profissionais, apesar de reconhecer que o uso ocorre à sua revelia, e se mostra inclusive cético quanto a um futuro em que haja uma regulação limitando a atuação da IA: “Exatamente porque eu acho que não existe um controle. Então, eu tenho um pouco de receio de utilizar, porque não existe uma barreira entre uma coisa e outra, não existe um limite (entre pode ser feito pelo humano e o que pode ser feito com IA), então eu prefiro não utilizar até que as coisas estejam bem definidas. Isso é, se um dia elas forem realmente definidas. Então eu não utilizo porque eu acho que nós não vamos ter um controle. A gente sabe que tem as pessoas que utilizam, por exemplo, até o próprio ChatGPT. Mas isso não é oficial e não é algo que eu oriente minha equipe a fazer” (B4, Chefe de Assessoria de Comunicação).

Um ponto que vale ser destacado é que o percentual de entrevistados que afirmou não usar IA nesta pesquisa (14,3%) se aproxima do percentual que afirmou não usar IA no estudo realizado por Muck Rack (2024), que foi de 15%.

6.8. Tarefas ou atividades realizadas com o suporte de IA Generativa

Após a análise dos relatos, optou-se por extrair as atividades explicitamente mencionadas, considerando tanto as atividades de apoio à criação de conteúdo quanto as tarefas mais operacionais ou técnicas.

Tabela 6. Atividades desenvolvidas com suporte de IA Generativa

Tarefa/Atividade	Citada pelos seguintes entrevistados
Produção/Adaptação de conteúdo	B4, P1, P3, P4, P5, P6

Brainstorming/Geração de ideias	B3, B5, P1, P3, P6, B5
Transcrição e Tradução	B1, B2, B6, P4, P7
Revisão e Correção de Texto	B5, B7, P1, P6
Pesquisa/Levantamento de dados e resumos	B1, P1, P2
Elaboração de documentos oficiais/Atividades burocráticas	B6, P5
Geração de Imagens	P5, P6
Organização/Categorização de ideias	B6
Edição de áudio	B7
Apresentações/Automação do envio de newsletter	P6
Comparação de textos e Análise Linguística	B5

Fonte: Elaborado pela autora, a partir dos dados recolhidos nas entrevistas

Conforme pode se observar, a tarefa mais realizada com auxílio da Inteligência Artificial Generativa é a produção/adaptação de conteúdo, seguida por *brainstorming*, tradução e transcrição. Nota-se que a maior parte dos profissionais que indicou usar as ferramentas para produção/adaptação de conteúdo são de nacionalidade portuguesa, havendo um equilíbrio entre as nacionalidades nos relatos de uso da ferramenta para *brainstorming*. Os achados indicam ainda que o uso principal por parte dos brasileiros recai sobre as atividades de tradução e transcrição. Em comparação com a Tabela C1 (Anexo C), que traz 21 atividades que podem ser desenvolvidas com o suporte de IA, pode-se perceber que as atividades de fato realizadas pelos profissionais entrevistados se restringem a apenas três: tradução, revisão, criação e curadoria de conteúdo.

6.9. Ferramentas e soluções citadas

O objetivo inicial deste tópico era listar apenas as ferramentas de IA Generativa. Contudo, durante as entrevistas, ficou evidente que não seria ideal esperar dos entrevistados um conhecimento aprofundado sobre as especificidades técnicas de cada uma das ferramentas citadas. Desta forma, optou-se por listar todas as ferramentas citadas, considerando as que usam IA Generativa de forma parcial ou integral e as que usam IA de um modo mais abrangente.

Tal decisão foi motivada pelo fato de que, para muitos dos entrevistados, a ideia de criação e geração de conteúdo, sobretudo textual, está intimamente relacionada à ideia de que seria a Inteligência Artificial Generativa, sobretudo devido ao ChatGPT. A hipótese que se criou é de que essa associação de ideias gera uma compreensão de que os limites entre as tecnologias tradicionais de IA e as novas soluções baseadas em IA Generativa podem sobrepor-se, tornando a categorização mais fluida do que inicialmente previsto. De uma forma mais simplista, é como se não houvesse uma diferenciação entre as ferramentas de IA e as de IA Generativa.

Essa percepção pode ser motivada pelo facto de tecnologias anteriores, como sistemas de preenchimento automático e ferramentas de tradução baseadas em IA, serem constantemente atualizados e passarem a integrar funcionalidades de IA Generativa.

Um exemplo claro disso é a integração de IA Generativa em funcionalidades do WhatsApp, conforme divulgado pela empresa Meta em 2024. Apesar de se tratar de uma Integração de IA Generativa, a nomenclatura comercial adotada foi “Meta IA”, simplesmente. Essa simplificação em comunicações oficiais, talvez até com foco em facilitar a compreensão e adesão dos usuários, contribui para essa construção mental de que não há diferenciação entre a IA e a IA Generativa (Meta, 2025).

Diante deste cenário, optou-se pela elaboração de uma tabela para uma melhor visualização das ferramentas citadas. Tal estratégia permitirá destacar não só as ferramentas individualmente, mas também quais as soluções que utilizam a IA Generativa de forma integral, parcial ou complementar, contribuindo para uma visão mais clara das tecnologias utilizadas pelos profissionais de comunicação e Relações Públicas entrevistados.

Convém destacar que as ferramentas Facebook, Instagram e a solução SMS foram citadas, mas fora do contexto de uso em rotina de trabalho. Por esse motivo, não constam da tabela que pode ser vista abaixo.

Tabela 7. Ferramentas e soluções de IA citadas pelos entrevistados

Ferramenta	Descrição	Entrevistados que citaram as ferramentas
ChatGPT ²¹	Modelo de IA Generativa da OpenAI para responder perguntas, gerar textos e auxiliar na comunicação.	B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7, P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7
Google ²²	Motor de busca e suíte de ferramentas online, incluindo Google Docs, Drive e Analytics.	B1, B2, B6, P2
Copilot ²³	Assistente da Microsoft que usa IA Generativa e está integrado em diversas aplicações.	B3, B6, P1, P2
Gemini ²⁴	IA Generativa do Google (antigo Bard), utilizada para responder perguntas e auxiliar na criação de conteúdos.	B3, B5, P1, P5
DeepL ²⁵	Plataforma de tradução automática baseada em IA com alta precisão.	B5, P4, P7
Canva ²⁶	Ferramenta de design gráfico para criação de apresentações, redes sociais e materiais visuais. Usa tanto IA como IA Generativa em algumas funcionalidades.	B6, P2, P6
WhatsApp ²⁷	Aplicativo de mensagens instantâneas usado para comunicação pessoal e empresarial. Passou a adotar IA Generativa em algumas funcionalidades.	B1, B5
Ferramentas de criação e edição de imagem	Ferramentas gerais que usam IA para manipulação de imagem e vídeo	B4, P2
Photoshop ²⁸	Software de edição de imagens da Adobe usado para manipulação e criação visual que já usava IA e passou a integrar a funcionalidade de IA Generativa (AdobeFirefly)	B6, P7

²¹ ChatGPT - <https://openai.com/chatgpt>

²² Google - <https://www.google.com>

²³ Copilot (Microsoft) - <https://www.microsoft.com/en-us/copilot>

²⁴ Gemini (Google AI, antigo Bard) - <https://deepmind.google/technologies/gemini>

²⁵ DeepL - <https://www.deepl.com>

²⁶ Canva - <https://www.canva.com>

²⁷ WhatsApp - <https://www.whatsapp.com>

²⁸ Photoshop (Adobe) - <https://www.adobe.com/products/photoshop.html>

Good Tape ²⁹	Ferramenta de transcrição de áudio para texto usada para entrevistas e reuniões com suporte de IA.	P4, P7
Mailchimp ³⁰	Plataforma de automação de marketing por e-mail que usa IA e IA Generativa em algumas funcionalidades	P6
Grammarly ³¹	Assistente de escrita baseado em IA para revisão e aprimoramento de textos.	P6
Slack ³²	Plataforma de comunicação empresarial para mensagens e colaboração em tempo real. Possui funcionalidades de IA e tem integração com o ChatGPT.	P4
Omni Channel Language Flow ³³	Ferramenta personalizada de IA para integração de comunicação em múltiplos canais.	P5
ComfyUI ³⁴	Ferramenta de IA Generativa para personalização de imagens.	P5
Google Analytics ³⁵	Ferramenta do Google que usa IA para análise de tráfego e desempenho de sites.	P1
Capcut ³⁶	Editor de vídeo simplificado, frequentemente usado para redes sociais. Usa IA e IA Generativa, dependendo da funcionalidade.	B6
Tactiq ³⁷	Ferramenta de transcrição automática especialmente usado para Google Meet, Zoom e Microsoft Teams. Usa IA e IA Generativa.	B2
Google Meet ³⁸	Plataforma de videoconferência, que pode usar IA ou IA Generativa dependendo da funcionalidade.	B2
Telegram ³⁹	Aplicativo de mensagens que suporta a integração de bots e ferramentas de terceiros que utilizam IA e IA Generativa.	B1

²⁹ Good Tape - <https://www.thegoodtape.com>

³⁰ Mailchimp - <https://mailchimp.com>

³¹ Grammarly - <https://www.grammarly.com>

³² Slack - <https://slack.com>

³³ Não se trata do nome de uma ferramenta específica

³⁴ ComfyUI - <https://www.comfy.org>

³⁵ Google Analytics - <https://analytics.google.com>

³⁶ Capcut - <https://www.capcut.com>

³⁷ Tactiq - <https://tactiq.io>

³⁸ Google Meet - <https://meet.google.com>

³⁹ Telegram - <https://telegram.org>

Wink ⁴⁰	Aplicativo de edição de fotos baseado em IA.	P3
Alana ⁴¹	Ferramenta de IA para automação de atendimento ao cliente e marketing digital.	P5
Google Pinpoint ⁴²	Ferramenta de IA para analisar grandes volumes de documentos e transcrever áudios.	B1

Fonte: Elaborado pela autora.

Entre as ferramentas reconhecidamente de IA Generativa, o ChatGPT teve destaque, sendo citado por todos os entrevistados, inclusive pelos que alegaram não o utilizar. Outros GPTs populares, como Copilot e Gemini também foram citados, mas com frequências bem menos significativas. Chamou a atenção o fato de que um dos entrevistados se referiu à ferramenta Gemini como Google Bard, nome abandonado pela Google no início de 2024. Isso indica que, apesar de conhecer a plataforma, o entrevistado não fazia uso corrente dela.

Ferramentas como WhatsApp, Telegram e Slack, apesar de serem reconhecidas como sistemas ou aplicativos de trocas de mensagem, foram citadas pelas funcionalidades de transcrição automática de áudio que oferecem atualmente aos usuários.

A quantidade e a variedade de ferramentas citadas pelo grupo brasileiro e pelo grupo português não apresentaram uma diferença significativa, tendo o grupo português apresentado apenas duas ferramentas a mais que os brasileiros. Não se pode concluir deste dado, que haja um uso maior ou um maior conhecimento por parte de um dos grupos, deixando os profissionais numa posição semelhante no que diz respeito ao conhecimento de ferramentas de IA e IA Generativa.

Novamente, em comparação com a Tabela C1 (Anexo C), onde foram reunidas as ferramentas citadas em estudos anteriores, as únicas ferramentas que se repetiram foram: ChatGPT, Gemini, Copilot e Adobe Firefly, que hoje já se encontra integrada no Adobe Photoshop.

⁴⁰ Wink - <https://wink.ai>

⁴¹ Alana - <https://www.alana.ai>

⁴² Google Pinpoint - <https://journaliststudio.google.com/pinpoint/about/>

Isso pode indicar um cenário de práticas de trabalho diferentes, o que demandaria soluções diferentes. Outra possibilidade é que as ferramentas citadas tanto nos estudos anteriores como no estudo atual atenderam, de forma mais efetiva, às necessidades dos profissionais, o que garantiu que continuassem sendo utilizadas ao longo do tempo.

Os próximos tópicos buscarão entender melhor as motivações para o uso destas ferramentas, bem como os benefícios percebidos.

6.10. Fatores motivacionais para uso

Os dois principais fatores que motivaram os entrevistados a iniciarem o uso de ferramentas de IA Generativa foram a curiosidade de entender o que seria essa nova tecnologia, em especial o ChatGPT, e a agilidade oferecida pelas ferramentas na execução de certas atividades, como transcrição e tradução, por exemplo.

O Executivo de Comunicação foi o único que relatou ter feito um curso, promovido por sua antiga Organização, que serviu como gatilho motivador para que fizesse uso das plataformas de IA Generativa. Contudo, a questão da rapidez também aparece como um outro fator que o motiva a utilizar as ferramentas: “Eu diria que, a depender da situação, me economiza um pouco de tempo hoje” (B3).

Mesmo sem um curso ou uma diretriz formal da sua Organização, a Redatora de Comunicação e Marketing de uma empresa de tecnologia citou a influência direta de um superior hierárquico como um fator motivador para começar a usar ferramentas de IA. Nesse caso específico, a entrevistada referiu a indicação por parte de um antigo gestor para uma ferramenta de IA que permite a gravação de áudio. Os benefícios práticos percebidos também atuaram como motivação para o uso, sendo a única fala que destaca o fator economia como relevante para a adoção da IA na prática de trabalho: “Fui motivada pelo meu antigo gestor, e também pela facilidade e economia que a IA propiciava” (B7, Redatora de Comunicação).

Notou-se que os termos curiosidade, agilidade e rapidez apareceram em conjunto em várias falas, o que leva a pensar que, ao procurarem conhecer a ferramenta, os entrevistados encontraram nela uma alternativa para realizar parte das suas atividades em menos tempo.

Na fala do profissional brasileiro, Gerente de Operações em uma ONG, e na do profissional português que atua como *Head of Communications and Sustainability* em uma organização focada em inovação e *Startups*, por exemplo, isso é bem nítido: “O que me motivou a usar foi curiosidade, saber o que que tão falando disso. E o que me levou a continuar usando foi principalmente a facilidade e a rapidez” (B6).

“Eu acho que o primeiro moto é sempre curiosidade, para perceber de que forma é que realmente pode ajudar ou não. Eu diria que, em segunda opção, é mesmo por essa eficiência, ou seja, há determinadas coisas que demorariam mais tempo por não serem automatizadas e que podem passar a ser, e no caso de, por exemplo, newsletters, envio de informação...” (P6, *Head of Communications and Sustainability*).

Outra motivação apontada pelos entrevistados diz respeito à gestão do tempo. A fala de dois deles revela ações no sentido de relegar tarefas às ferramentas de IA, de modo a liberarem tempo para a realização de outras atividades, laborais ou não. Para a Coordenadora de Comunicação portuguesa entrevistada, foi uma “questão da gestão do tempo e do custo de oportunidade” (P7). Já a Consultora de Comunicação brasileira realça a gestão do tempo. “Facilitar o meu trabalho e otimizar o meu tempo. Assim, de facto, eu realmente tenho buscado usar essas ferramentas para ter mais tempo livre, então tem muita gente que acaba trabalhando mais, mas eu estou procurando trabalhar menos. Então, eu quero ferramentas que otimizem o meu tempo para tarefas que elas conseguem fazer” (B2, Consultora de Comunicação).

Por fim, dois dos entrevistados citaram diretamente a ferramenta ChatGPT quando inquiridos sobre as motivações para usar a IA Generativa. Os dois casos se deram em contextos estritamente laborais, mas com perspectivas diferentes.

Cita-se aqui novamente a Consultora brasileira que, por exemplo, ressalta os benefícios trazidos pela ferramenta quando iniciava as suas atividades em um novo trabalho: “Ter começado um trabalho novo. E foi essa necessidade de tentar explicar termos mais complexos que ainda não faziam parte do meu dia a dia. Quando comecei a trabalhar aqui, eu comecei a sentir necessidade de explicar conceitos complexos que eu não conhecia” (B2).

Já a outra profissional brasileira, que também atua com consultoria, teve uma visão inicial menos positiva em relação ao ChatGPT. E foi o fato de ver a ferramenta como uma possível ameaça ao seu trabalho que a motivou a começar a usá-la. “Eu falei: primeiro, preciso conhecer. Segundo, isso é uma ameaça ao meu trabalho. Eu tenho de entender em que medida isso é uma ameaça do meu trabalho. E aí foi por isso que eu logo aderi” (B5, CEO e Consultora).

De modo geral, os dados coletados nas entrevistas evidenciam que a motivação para a adoção de IA Generativa está intimamente vinculada à busca por eficiência e à otimização das práticas de trabalho. Essa integração entre aspetos práticos e estratégicos indica um possível caminho para se compreender os benefícios percebidos pelos profissionais, e é isto que se buscará fazer no tópico seguinte.

Os achados desse tópico confirmam a proposta de Davis (1989), que defendeu que a utilidade percebida e a facilidade de uso são determinantes no processo de decisão de uso de uma nova tecnologia. A confirmação de expectativas também se mostrou presente.

6.11. Benefícios percebidos

Os temas agilidade e otimização do tempo voltaram a ser abordados pelos dois grupos de entrevistados quando inquiridos a respeito dos benefícios percebidos durante o uso das ferramentas de IA Generativa, reforçando os apontamentos encontrados na literatura (Dwivedi et al., 2023; McCorkindale, 2024). Para eles, mesmo que em contextos diferentes, a IA otimiza o tempo, facilita a organização de informações, amplia a criatividade e auxilia na curadoria de conteúdo.

A visão dos profissionais brasileiros e portugueses confirma os achados de Muck Rack (2024), em que 89% dos profissionais de Relações Públicas entrevistados apontaram que a conclusão dos projetos ocorre mais rapidamente com o uso da IA e 74% indicaram que houve um aumento na qualidade do seu trabalho ao utilizar IA.

A percepção de benefícios é de tal forma presente, que todos os 12 inquiridos que indicaram usar IA Generativa apontaram pelo menos um benefício percebido. Notou-se, porém, que o grupo de profissionais portugueses apresentou uma variedade mais ampla

de benefícios em comparação ao grupo brasileiro. Dentre os benefícios apontados exclusivamente pelos portugueses, destacam-se o uso da IA Generativa para aprendizado, formatação de textos, automação de processos e análise de dados. Como exemplo, tem-se a fala da profissional portuguesa, *Head of Communications and Sustainability*: “Em resumo, destacaria a eficiência, a capacidade de ter novas ideias, conseguir analisar os dados de uma forma mais precisa e as automações, quando é possível integrar com algumas plataformas, como automatizar o envio de informações em uma determinada hora, para determinados utilizadores... Isso é uma grande vantagem, até da aproximação na comunicação” (P6).

É válido salientar que, dos estudos e relatórios analisados, encontrou-se em Góis (2023) e em Cusnir e Nicola (2024), referências mais acentuadas sobre a automação enquanto um impacto na profissão de Relações Públicas, enquanto para Ardila (2020), a automação aparece como uma vantagem, e não como aplicação prática da IA.

O grupo de profissionais brasileiros, por sua vez, citou benefícios como geração de ideias e apoio na revisão e curadoria de conteúdo, mas sempre apontando a importância da avaliação humana ao longo do processo produtivo. Isso demonstra que, na opinião desses profissionais, por mais que a IA Generativa potencialize o trabalho, ela não substitui nem prescinde da atuação humana.

Ao se referir ao ChatGPT, por exemplo, a Redatora brasileira fez o seguinte comentário: “Ele otimiza meu trabalho, dentro de tudo o que eu faço, de imensas possibilidades. Mas sempre com você controlando ali. Não é um cópia e cola” (B7).

A participação humana também fica clara nesse relato da Coordenadora de Conteúdo que atua na Administração Pública Brasileira: “Usar o ChatGPT nessa tarefa me ajudou muito, porque eu teria de fazer tudo isso de forma manual. Ele já me trouxe ali uma linha de raciocínio inicial para aquilo que eu precisava construir. E como eu tinha feito as entrevistas, eu conseguia saber se aquilo ali fazia sentido ou não” (B1).

Como previsto no tópico anterior, foram apontados em diversas falas benefícios que promovem a otimização do tempo, e consequentemente libertam o profissional para realizar atividades mais estratégicas e que tragam mais satisfação. Isso indica que a IA

Generativa vem sendo percebida, tanto por profissionais brasileiros, como portugueses, como uma aliada estratégica em suas práticas laborais.

Os depoimentos a seguir evidenciam essa percepção, e mostram como a redução do tempo gasto em tarefas operacionais permite que os profissionais se concentrem em atividades de maior valor, impulsionando o desenvolvimento individual e até propiciando a construção de conhecimento coletivo no contexto organizacional⁴³: “Eu acho que o que eu gosto mais é de conseguir pegar o tempo que eu perdia a fazer as coisas chatas, e poder investi-lo, investir na minha carreira, naquilo que é a minha função e sentir que estou efetivamente a crescer e trazendo valor acrescentando à empresa” (P1, *Employer Branding & Communication Manager*).

“O tempo que eu não perco a estar a escrever uma entrevista é tempo que eu ganho para outra coisa mais útil, para discutir com os meus colegas outra questão, outra abordagem, outro conceito” (P7, Coordenadora de Comunicação).

Os principais benefícios citados por cada um dos entrevistados foram organizados em uma tabela, disponibilizada no Anexo G. Nela, é possível observar como o tema agilidade se repete em várias falas, e como ele se relaciona com a otimização do tempo e com a ampliação da criatividade. E se há uma convergência entre as motivações iniciais de uso e os benefícios percebidos, é preciso identificar também se há percepções de problemas e dificuldades e como eles afetam a relação dos profissionais com essa tecnologia.

6.12. Dificuldades na utilização

Embora os benefícios do uso da IA Generativa tenham sido evidenciados, os entrevistados também relataram uma série de dificuldades vivenciadas durante o uso

⁴³ A construção do conhecimento coletivo no contexto organizacional pode ser explicada pela Teoria da Criação do Conhecimento Organizacional (TCCO) (Nonaka & Takeuchi, 1997). Esta teoria refere-se ao processo por meio do qual indivíduos e grupos dentro de uma organização compartilham, combinam, criam e difundem informações e experiências, de modo colaborativo, com o objetivo de gerar novos conhecimentos. Roza (2020) revisita esta teoria considerando o papel das novas Tecnologias da Informação e Comunicação, enquanto facilitadores do processo de criação de conhecimento organizacional. A relação entre IA Generativa, TCCO e Comunicação não havia sido abordada em estudos anteriores e surge como uma perspectiva para análise em estudos futuros.

da IA Generativa ou, no caso dos não usuários, questões que são vistas como dificultadoras para um futuro uso.

É relevante destacar que o grupo de entrevistados brasileiros apontou mais dificuldades que os portugueses durante as entrevistas. Tal situação pode ser um indicador de que os brasileiros, de facto, usam mais a ferramenta e, por isso, acabam expostos a mais falhas e, portanto, a mais dificuldades. Esse uso acentuado da IA pelo público brasileiro é respaldado pela pesquisa realizada ao final de 2024 pela Google, em parceria com a Ipsos, que mostra o Brasil no grupo dos países que mais usou IA entre 2023 e 2024 (Google & Ipsos, 2025).

Algumas das dificuldades apresentadas dizem respeito a limitações técnicas das ferramentas, como a falta de precisão e qualidade da informação gerada, além de limitações causadas pelo idioma nativo dos LLM utilizados ser o inglês.

A perda da capacidade cognitiva, causada ao se transferir a tarefa de pensar para a IA, também foi apontada por um dos entrevistados brasileiros, trazendo mais uma vez a questão da importância de se pensar no papel do elemento humano enquanto mediador, ou seja, enquanto elemento decisório e responsável pelo uso ético e consciente da tecnologia. Essas opiniões ficam claras na fala de dois profissionais brasileiros: “O ChatGPT não é português, não é brasileiro. Ele não tem um repertório vasto dentro da nossa língua e dentro da nossa cultura. Tem essa limitação, e você acaba perdendo a cultura na hora de construir conteúdo com ChatGPT. Fica muito limitado ao que tem lá de fora” (B3, Executivo de Comunicação Externa e Imprensa).

“Eu fui percebendo um efeito muito deletério no meu patrimônio cognitivo. (...) Nossa! Isso fez muito mal para mim. Eu percebi um efeito que nem quando você para de fazer exercício, que a sua musculatura fica sem tônus. Aí quando chegou o ChatGPT, a IA Generativa, eu já estava com essa percepção. Aí eu falei: Eu tenho que tomar muito cuidado na hora de usar” (B5, CEO e Consultora).

Já os profissionais portugueses, além de pontuarem a falta de credibilidade na precisão do conteúdo gerado, focaram também na incapacidade que as ferramentas de IA, no caso, o ChatGPT, ainda apresentam em termos de especialização em

temas/características específicas das organizações, ou seja, é uma ferramenta que, em sua versão mais popular, não se adaptaria bem ao contexto da Comunicação Organizacional, reforçando a visão apresentada também pelo entrevistado brasileiro que atua como Chefe de Assessoria de Comunicação. As falas de dois entrevistados portugueses corroboram essa percepção:

“A IA nunca nos vai dar nada ou menos por enquanto, nada super focado à nossa realidade (...). Então a Inteligência Artificial ainda não consegue fazer isto. Não consegue ter este detalhe, este conhecimento daquela realidade e das pessoas específicas daquela empresa para quem estamos a comunicar” (P1, *Employer Branding & Communication Manager*).

“No sentido de que o ChatGPT não consegue, com efetividade, garantir o nosso tom de linguagens da comunicação, o nosso tom próprio da marca. Nossa marca tem um tom muito próprio e acho que o ChatGPT não consegue, obviamente, chegar a esse a esse tom com tanta facilidade, porque é, obviamente, muito mais genérico” (P3, *Communications Director*).

Essa visão coincide com a defendida por Sebastião (2020), que entende ser um risco o uso da IA sem a intervenção humana. Para a autora, “independentemente das tarefas e habilidades que podem ser automatizadas ou beneficiar da IA, a intervenção humana é necessária na edição, sensibilidade, inteligência emocional, aplicação de bom senso e atuação ética” (p. 6).

A questão da segurança de dados também foi abordada, como se pode observar na fala da profissional portuguesa que atua como *Internal Communication*: “Por isso, para mim, a dificuldade passa pelas questões de confidencialidade, há coisas que não se podem, que não podemos disponibilizar à ferramenta” (P2).

Essa preocupação pode ser enquadrada no modelo proposto por Ardila (2020), que prevê o risco de vazamento de dados como uma das desvantagens das aplicações de IA.

Apesar das diferenças, as dificuldades e problemas percebidos pelos entrevistados possuem pontos em comum, como a desconfiança em relação à precisão dos conteúdos

gerados pela IA, as limitações por se trabalhar com LLMs em inglês e, por fim, a dificuldade de personalizar os resultados gerados pelas ferramentas de IA Generativa.

Notou-se que os entrevistados abordaram dificuldades semelhantes, mas sob perspectivas diferentes: os brasileiros, mais preocupados em salvaguardar o aspecto criativo e, os portugueses, o aspecto pragmático. Ao narrar suas dificuldades, os entrevistados não as apresentaram como empecilhos ao uso das ferramentas nem demonstraram que elas se sobrepõem aos benefícios. Trata-se, antes, de questões que, em sua maior parte, limitavam o uso da tecnologia, ao menos à época em que o estudo foi realizado.

A totalidade das dificuldades apontadas, acompanhada das respectivas citações de cada um dos entrevistados, está disponível para consulta no Anexo H.

6.13. Uso inadequado por equipes

Como alguns dos entrevistados atuam como gestores de equipe, entendeu-se que seria interessante destacar o que foi mencionado acerca do uso (ou da possibilidade de uso) inadequado da IA por parte dos membros das equipes geridas por estes profissionais.

Entre os brasileiros, notou-se uma preocupação para que fosse adotado um uso responsável, sendo esse “uso responsável” composto pelos atos de: verificar ou checar as informações geradas pela IA Generativa antes de se publicar um texto e editar o texto produzido pela IA (não usar o material na íntegra). Um ponto relevante é que houve mais relatos de uso inadequado por parte dos brasileiros do que por parte dos portugueses.

Por exemplo, os dois profissionais que atuam na administração pública brasileira relataram situações de uso inadequado, manifestando assim sua preocupação com a situação: “Há colegas que (...) utilizam de forma responsável e tudo mais. (...) tem gente que vai usar de forma irresponsável. Então está tudo muito sem parâmetro” (B1, Coordenadora de Conteúdo).

Em outro relato, mais extenso e detalhado, o Chefe da Assessoria de Comunicação pontua o risco que o uso indiscriminado do ChatGPT pode apresentar para a precisão das informações oficiais disponibilizadas ao público:

“Já aconteceu de eu receber textos de assessores e que, claramente, eram feitos em ChatGPT. Apesar da informação estar ali, tinha parte do texto que era do ChatGPT e outra parte não. Então eu tive de editar esse texto. Por ter sido feito no ChatGPT, não era para estar ruim, mas estava ruim porque, de certa forma, ou a pessoa não soube colocar direito ali naquele sistema, o que ele queria, a informação que ela queria, ou que talvez nem mesmo ela entendia. Então estava tudo truncado. Se eu pegasse aquela informação e colocasse direto no site oficial da Organização, seria uma informação errada, ela prejudicaria o cidadão” (B4, Chefe da Assessoria de Comunicação).

O Executivo de Comunicação Externa e Imprensa, que atua no setor energético, também expôs sua preocupação com o uso inadequado da ferramenta: “Tem gente que usa como texto final. Eu tenho medo de quem faz isso, porque é perigoso (...). É um texto não profissional, é um texto, eu diria, às vezes até infantil, com uma construção má, uma construção frasal errada” (B3, Executivo de Comunicação).

Esse mesmo pensamento é compartilhado pelo Gerente de Operações que atua em uma ONG, o que mostra que a situação não é restrita a um setor específico de atividade: “Muitas vezes eu recebo textos que são copia e cola (do ChatGPT), e eu não aceito. Eu falo que não pode ser assim” (B6).

É válido pontuar que o uso considerado inadequado pode ser decorrente da falta de regulamentação ou de orientação tácita por parte das organizações, ao menos na época da realização das entrevistas.

Dentre os portugueses, houve apenas dois apontamentos explícitos que demonstram preocupação com o uso inadequado, em especial do ChatGPT, por parte das equipes.

O Diretor de Comunicação da empresa de mobilidade, por exemplo destacou que os profissionais da equipe usam muito a ferramenta para cópias e “todas as vezes, até eu fico um bocadinho com o pé atrás, porque eu sinto muitas vezes que falta algum toque pessoal” (P3).

Já o profissional que atua como Redator com foco em produção cultural pontuou sobre a necessidade de uma melhor integração da ferramenta: “(...) todo mundo faz, mas ninguém quer admitir ainda. Então acho que não há uma total integração, que seria bastante positiva no trabalho geral, não é? Todo mundo faz assim um pouco pela calada, e isso acaba dificultando” (P4).

A ausência de relatos mais explícitos de uso inadequado das ferramentas de IA Generativa por parte das equipes portuguesas abre espaço para se questionar se há um uso mais consciente por parte destas equipes, ou a necessidade de mais literacia sobre a tecnologia, uma vez que a citação de P4 sugere que o uso da IA Generativa se dá de forma oculta, mesmo que não oficialmente.

O próximo tópico, que aborda a questão da necessidade de capacitação, ajudará a compreender melhor essa questão.

6.14. Necessidade de formação e capacitação

Considerando que a IA Generativa é uma nova tecnologia e que o uso das soluções a ela associadas pode ser desafiador, como apontado por vários entrevistados no item anterior, entendeu-se que seria importante avaliar se estes profissionais, enquanto usuários, ou enquanto gestores, percebiam a necessidade de treinamento ou capacitação para ampliar a literacia sobre o tema e promover um melhor uso destas ferramentas.

De todos os entrevistados, apenas a Redatora, que atua na área de tecnologia, e coincidentemente é a mais jovem dentre os entrevistados, entende que não há necessidade de formação ou capacitação, pois, segundo a profissional, “(..) as pessoas vão aprendendo. As ferramentas são muito intuitivas” (B7). O entrevistado brasileiro que atua como Gerente de Operações em uma ONG, apesar de entender que a capacitação é necessária, também defende a autoaprendizagem autônoma como uma estratégia suficiente: “Mas o que eu acho que é a melhor forma é a autoexploração. Vai testando as plataformas, (...) vai vendo que vai aos pouquinhos... porque é uma coisa que a gente nunca tinha visto antes, pelo menos nós, usuário final” (B6).

Essa fala sugere que, embora o treinamento seja considerado importante, a aprendizagem mais informal, baseada na experimentação e familiarização gradual com a tecnologia também é bem-vinda. Mas este ponto de vista não é compartilhado pelos demais profissionais brasileiros, que entendem a capacitação como o melhor caminho para se garantir um uso adequado da IA Generativa.

Para a maioria dos entrevistados, porém, a capacitação é vista como essencial para compreender o funcionamento das ferramentas, assim como para analisar e utilizar conscientemente os resultados produzidos por elas. Uma fala que exemplifica a visão desta maioria é a da Consultora de Comunicação, que pontua a importância de unir a experiência prévia, ou conhecimento já adquirido (repertório offline), como elemento para avaliar as entregas do ChatGPT: “Eu acho que seria muito bom que tivessem treinamentos para que as pessoas possam entender como realmente aquilo ali (ChatGPT) funciona. (...) um treinamento é superimportante para isso, principalmente para quem não tem repertório offline. Porque as pessoas da nossa geração têm repertório offline. Mas quem não tem repertório offline, não vai conseguir fazer essa junção dos dois mundos, então precisa sim, ter um treinamento” (B2, Consultora de Comunicação).

A outra consultora brasileira entrevistada corrobora essa opinião: “Eu acho que é importante essa pessoa fazer o treinamento, porque primeiro para você não se expor assim, de peito aberto. Nem que seja assim, uma pequena contextualização. Por mais que profissionais sejam pessoas antenadas, é importante dar uma contextualização, para saberem de onde vêm essas informações, do viés de resposta e, claro, das alucinações” (B5, CEO e Consultora).

Já para os entrevistados B1 e B4, ambos servidores públicos, a capacitação também é importante. Porém, a normatização se mostra como uma etapa indispensável, e que deve preceder qualquer ação de treinamento. Essa postura evidencia uma clara diferenciação entre as prioridades dos profissionais que atuam na esfera pública e privada no Brasil, bem como uma preocupação em se ter uma diretriz institucional que delimite o que pode ou não ser feito com as ferramentas. Esse posicionamento fica explícito na fala do Chefe de Assessoria de Comunicação: “Então, primeiro normatiza o

uso e, depois, capacita esse uso para a comunicação institucional. Eu não teria nenhum problema de ser capacitado nem de liberar a minha equipe para esse tipo de capacitação, até para um uso correto da ferramenta. Mas eu acho que se não houver nada institucionalizado, não tem como você capacitar” (B4, Chefe de Assessoria de Comunicação).

É válido ressaltar que a capacitação dos servidores é apontada como uma das prioridades do projeto de desenvolvimento da IA pelo Governo Brasileiro (2024).

Num ponto de convergência com o posicionamento dos brasileiros, o grupo português, também abordou a importância de ampliar a literacia sobre o funcionamento da IA Generativa. Porém, ao contrário do que se observou junto aos profissionais do Brasil, foi unânime ao manifestar sua demanda por formações mais direcionadas aos desafios da área de Comunicação e RP.

Outro aspecto diferencial dos portugueses diz respeito à inclusão digital, notadamente explícita nas falas que revelam a preocupação manifestada por outros profissionais ou membros da equipe de trabalho, ainda resistentes ao uso da IA Generativa, de serem substituídos por esta tecnologia. A fala da Gerente de Comunicação portuguesa, por exemplo, aborda esses dois pontos de modo explícito:

“Portanto, eu acho que são estas duas coisas mais importantes que as empresas devem se focar. A não só formar pessoas para saberem como dar o melhor uso às ferramentas, mas também passarem a mensagem e abrirem um bocadinho os horizontes a quem já lá está, se calhar, pessoas um bocadinho mais velhas. Que isto não vem tirar o trabalho a ninguém, vai moldar um bocadinho o que é a função, para o melhor das próprias pessoas também. E enquanto não tivermos também esse virar de pensamento, eu acho que é muito difícil, porque as pessoas não vão sequer querer aprender, porque não querem ser substitutas por uma máquina. E não é isso que vai acontecer” (P1, *Communication Manager*).

Em síntese, a análise das falas sugere que a capacitação é de fato uma ação necessária e desejada, porém ainda pouco explorada pelas organizações, tanto que entrevistados

de ambos os grupos manifestaram interesse de serem capacitados (B4 e P7, por exemplo).

A análise do conteúdo das entrevistas deste estudo ressoa com os achados de Sebastião (2020). Naquela época, os resultados também indicavam a necessidade de capacitação por parte dos profissionais entrevistados, que indicavam a falta de treinamento como o maior problema no processo de adoção destas ferramentas.

Considerando-se que uma capacitação ideal deveria estar alinhada às especificidades e necessidades de cada organização, não seria possível, tomando por base apenas as entrevistas, propor um modelo de curso que atendesse a cada um dos profissionais entrevistados.

Porém, num exercício de uso da IA Generativa e considerando os pontos de convergência das entrevistas sobre capacitação, solicitou-se ao ChatGPT que sugerisse uma estrutura básica de curso de capacitação que pudesse ser, posteriormente, adaptado para as necessidades específicas de cada equipe.

Tal proposta, elaborada a partir das tendências identificados nas entrevistas, pode ser visualizada no Anexo F, junto ao *prompt* utilizado para sua elaboração.

Vale, por fim, retomar a hipótese levantada no final do ponto anterior. Considerando a unanimidade do grupo português ao indicar a necessidade de capacitação, percebe-se uma demanda por mais literacia na área. Esse fato direciona a interpretação para a existência de um uso mais consciente por parte destas equipes, no sentido de terem consciência das limitações pessoais e das limitações da ferramenta enquanto suporte para a atividade laboral, em especial na área de Comunicação e RP.

6.15. Futuro da IA na Comunicação e RP

Neste tópico, os entrevistados foram convidados a fazer um exercício de futurologia, tomando por base suas experiências pessoais no campo profissional, bem como suas percepções do possível impacto que a IA poderá ter no campo da Comunicação e RP.

Em linhas gerais, os profissionais brasileiros compartilham da visão de que a IA terá uma participação cada vez maior na área de Comunicação e RP, tendendo a se consolidar nas rotinas de trabalho e processos comunicacionais.

A expectativa do grupo é de que tanto a IA como a IA Generativa sejam utilizadas para desempenhar funções operacionais e repetitivas, liberando os profissionais para atividades mais estratégicas e criativas.

Mesmo considerando a possibilidade de reestruturação de cargos e funções, em nenhum momento foi especulado um futuro em que a IA dominasse todos os processos produtivos ou criativos. Para os brasileiros, o elemento humano seguirá indispensável, sobretudo por seu papel crítico, sendo a IA empregada apenas como uma ferramenta auxiliar.

As falas das entrevistadas brasileiras que atuam como Coordenadora de Conteúdo na gestão pública (B1) e Consultora em Comunicação (B2), por exemplo, demonstram essa visão progressista, mas que ao mesmo tempo busca preservar o papel do profissional humano enquanto um “juiz de valor” do conteúdo gerado pela IA: “Me colocando aqui como comunicadora, a gente tem que estar aberto a essa nova ferramenta, que é uma realidade que vai vir para ficar. É o futuro. Só que eu acho que tem de ser utilizada com inteligência, com o pensamento crítico” (B1, Coordenadora de Conteúdo).

“A inteligência artificial não entra, mas ela vai estar cada vez mais presente naquilo que for simplesmente volumetria naquilo que for extremamente operacional” (B2, Consultora em Comunicação).

Assim como os brasileiros, os profissionais portugueses vislumbram um futuro em que a IA terá uma participação cada vez maior na área de Comunicação e RP, porém, sem dominar por completo a execução das tarefas. Eles defendem que a IA deve ser incorporada de maneira estratégica, visando otimizar tarefas operacionais e funções repetitivas.

Apesar de também defenderem a manutenção da presença humana no processo produtivo, os portugueses focam mais no papel criativo do indivíduo, que passará a ter mais tempo para se dedicar a outras atividades no escopo profissional, ou mesmo um

maior equilíbrio entre a vida pessoal e o trabalho. As falas de três dos entrevistados portugueses são ilustrativas deste cenário idealizado: “Por isso, pensando no futuro, e eu gosto de achar que as empresas de Comunicação e os profissionais vão deixar entrar a Inteligência Artificial, mas não vão perder o toque, ou seja, sendo uma ferramenta de trabalho e não sendo o produtor de todo o nosso trabalho. Eu gosto de achar que o futuro é assim, que é meio a meio, e que nós temos a consciência do que é, o que nós podemos usar, e o que é que vamos usar, e pode nos dar mais eficiência e que vamos conseguir produzir outras coisas, porque mantemos o nosso lado humano envolvido” (P2, *Internal Communication* em TI).

“Eu sei que a inteligência artificial, por exemplo, já pode criar relatórios, já conseguem fazer uma série de coisas, mas acho que seria maturar isso. Portanto, toda aquela parte de relatórios, de colocação de documentos em sites, envio de comunicados, tudo aquilo que não seja a criação, poderia ser garantido pela AI. Isto para mim, seria o melhor. E os profissionais de Comunicação ficariam responsáveis pelo pensamento estratégico e pela criação de conteúdo, o tom e personalidade da marca para aquelas pessoas que utilizam aquela marca” (P3, *Communications Director* na área de mobilidade urbana).

“Então, eu quero muito ver a inteligência artificial nesse lugar de um facilitador para que exista mais tempo para a criatividade e mais tempo para o descanso dos profissionais de Comunicação, para que essa criatividade também flua mais e acho que vai trazer essa dimensão para o profissional de Comunicação” (P4, Redator na área de produção cultural).

Nota-se que os dois grupos de profissionais desenvolveram visões de futuro otimistas, em que a IA Generativa poderá ser uma aliada no desempenho das tarefas, desde que se tenha em vista a manutenção do elemento humano enquanto ente criativo, estratégico, capaz de garantir a singularidade e a subjetividade do trabalho desenvolvido.

Essas visões coincidem com alguns dos achados de Góis (2023), mas trazem uma visão menos especulativa e fantasiosa de futuro.

6.16. Impacto para o mundo e sociedade

Em suas falas, alguns dos profissionais estenderam a sua projeção de futuro além do campo laboral, abordando possíveis impactos da IA Generativa no mundo e na sociedade. Este tópico procura dar visibilidade a esses apontamentos, por entender que compõem a percepção destes profissionais em relação à IA Generativa.

Dentre os brasileiros que realizaram apontamentos neste sentido, observa-se uma visão de certa forma crítica, que novamente faz questão de ponderar a importância do fator humano enquanto elemento indispensável neste processo de evolução.

A fala da Consultora de Comunicação brasileira exemplifica bem essa dualidade, que acredita num futuro em que a inteligência artificial e humana sempre atuarão em conjunto, mas ponderando que a visão crítica, ou o “uso inteligente” precisa estar presente: “Eu acho que as pessoas precisam usar de uma forma inteligente. Não tem essa de ter que ter medo (...) E não é inteligência artificial que vai ganhar o jogo. É a junção da inteligência artificial com a natural. E eu acho que a artificial sem a natural não funciona, mas eu acho que a inteligência natural ainda consegue se sobressair à inteligência artificial, só que do ponto de vista de volume de agilidade, a artificial ganha. O que eu realmente acho é que o melhor dos mundos é a junção das duas coisas de forma inteligente” (B2, Consultora de Comunicação).

Os entrevistados que atuam como Executivo de Comunicação (B3) e Chefe de Assessoria de Comunicação (B4), já não são tão otimistas, e expõem o risco da superficialidade como um efeito colateral do uso da IA Generativa. Curiosamente, as falas se apresentam quase que como um complemento uma da outra, reforçando o perfil de criticidade já observado em outras falas dos profissionais brasileiros: “Na verdade, eu acho que as vezes temos avanços tecnológicos e, algumas dessas tecnologias, elas trazem consequências ruins. A questão é a sociedade se adaptar a esses avanços tecnológicos, que não são mais possíveis de frear” (B4, Chefe de Assessoria de Comunicação).

“É a questão da superficialidade. As pessoas se aterem à superficialidade do tema e não se aprofundarem em questões porque acham que aquilo ali é o suprasumo da informação. E não é” (B3, Executivo de Comunicação).

A fala dos entrevistados portugueses, por sua vez, já é movida por um certo otimismo, de ver a IA Generativa e suas soluções como aliadas práticas no cotidiano das atividades humanas, e das quais não devemos ter medo: “Acho que é também essa fronteira agora de perceber que as reuniões via Teams não são o inimigo, o ChatGPT e ferramentas de AI também não são. São um complemento ao nosso dia a dia e que devemos abraçar. (...) Na generalidade acho que é ser curioso, ter algum medo, mas não ter o medo todo, de experimentar e de aproveitar aquilo que a AI nos traz” (P2, Internal Communication na área de TI).

“Muitos amigos meus inclusive já usam o ChatGPT só para cozinhar e fazer coisas do tipo. Vão ao frigorífico, veem os ingredientes e pedem uma receita. Portanto, eventualmente, quando as pessoas começarem a perceber que este tipo de uso é possível, acho que vão começar a ter uma relação mais positiva com as inteligências artificiais, por mais que não seja os Gemini e os ChatGPT e por aí a fora. Então eu acho que o futuro delas (pessoas), eventualmente, vai adaptar-se. No caso, se não conseguem vencê-los, junta-te a eles” (P3, *Communications Director* na área de mobilidade urbana).

Embora os profissionais brasileiros e portugueses reconheçam o potencial da IA Generativa para a sociedade como um todo, percebe-se claramente a ênfase dada pelos portugueses aos aspectos práticos do processo de adaptação à nova tecnologia, enquanto os brasileiros se mostram mais preocupados com o impacto social e com o equilíbrio na manutenção do papel do fator humano.

6.17. Perspetiva de adoção futura

Como visto anteriormente, o processo de adoção e de aceitação tecnológica não se dá da mesma maneira e velocidade para todas as pessoas. Essa realidade ficou evidente com os dois profissionais brasileiros que ainda não faziam uso da IA Generativa em suas rotinas profissionais. Sendo ambos profissionais de diferentes órgãos da Administração Pública Brasileira, e ainda dentro de um contexto de projeções futuras, coube identificar quais condições seriam ideais para que viessem a adotar a IA Generativa.

No caso da Coordenadora de Conteúdo brasileira, a perspectiva de uso é real, desde que seja possível manter um olhar crítico, e que o uso da ferramenta seja direcionado para o suporte das atividades (e não para a elaboração finalística):

“Eu não descarto a possibilidade de usar, mas eu tenho um olhar crítico para o uso dessa ferramenta. Eu acho que ela tem que ser utilizada como um suporte ali para facilitar o meu trabalho, não como uma substituição do meu trabalho” (B1, Coordenadora de Conteúdo).

O Chefe de Assessoria de Comunicação também se mostrou aberto a utilizar a ferramenta, mas condicionou o uso a uma eventual regulamentação prévia: “Sim, se houver regulamentação do governo para isso, uma vez que meu trabalho é regido por leis. (...) Eu não sou fechado a avanços tecnológicos na comunicação de maneira nenhuma, desde que eles sejam utilizados para facilitar o nosso trabalho” (B4, Chefe de Assessoria de Comunicação).

O posicionamento de ambos evidencia uma realidade muito particular dos profissionais que atuam em entidades públicas e governos e que, por este motivo, são regidos por atos normativos que precedem e suplantam qualquer tomada de decisão individual. Isso significa que, nos casos em questão, a implementação da IA Generativa depende mais de um ato de governo do que da vontade dos profissionais, ou seja, é preciso que o uso da IA Generativa ocorra respeitando a leis ou outros normativos que rejam a atividade que estes profissionais desempenham.

Como já apresentado anteriormente, foi publicado entre o final de janeiro e o início de fevereiro de 2025 um guia oficial para o uso da IA Generativa no Serviço Público (Governo Federal, 2025), o que atenderia às necessidades destes profissionais para, enfim, utilizarem ferramentas como o ChatGPT em suas atividades.

6.18. Impacto para os profissionais

A maioria dos profissionais foi assertiva ao destacar a necessidade de capacitação e atualização, integrando a IA no repertório de competências, para se evitar uma possível obsolescência dos profissionais e garantindo, assim, a sua competitividade no mercado de trabalho. Exemplos desse posicionamento podem ser vistos nas falas da profissional

portuguesa que atua como *Head of Communications and Sustainability*, que prevê que “(...) se não fizerem essas tarefas com a ajuda das tecnologias, acaba por, depois, em comparação com outros profissionais, serem menos eficientes” e também na fala do Executivo de Comunicação brasileiro: “Eu acho que há um risco de você tornar-se um pouco obsoleto. Eu acho que é necessário qualquer profissional se atualizar. (...) Tem muitas coisas da profissão que eu não gosto, mas que eu preciso me atualizar. Eu preciso ser um profissional interessante para o mercado. Eu acho que você se torna interessante à medida que você se atualiza” (B3, Executivo de Comunicação).

Ainda sim, alguns entrevistados demonstram certo tom de incerteza em relação ao futuro e sobre quais funções na área da Comunicação e RP poderiam, de facto, ser afetadas pelo processo de integração da IA nas práticas de trabalho.

Esse tom está presente nas falas da Redatora brasileira, ao afirmar que não consegue imaginar como os profissionais estarão daqui a alguns anos pois “há muitas mudanças acontecendo” (B7) e também nas falas do Chefe de Assessoria de Comunicação, que é categórico ao destacar que “não podemos dizer que determinados postos de trabalho não vão continuar existindo por conta da IA, ou vão continuar existindo assim, junto com a inteligência artificial. Isso não tem como eu prever” (B4).

Observou-se, ainda, um posicionamento de preocupação e talvez até de crítica aos profissionais que optam por não usar a IA, ou que ainda se mostram resistentes à adoção de ferramentas e soluções de IA Generativa no seu trabalho. A Consultora e Educadora em Comunicação brasileira, por exemplo, acha “incrível que tenha gente que não use. (...) é um mecanismo de defesa pouco estratégico” (B5). O entrevistado que atua em uma ONG vai ainda mais além, e prevê um futuro pouco promissor para os profissionais que evitam a IA: “É complexo não se adaptar. Tem que saber. E não falo só do GPT. Tem IA acoplada ao Adobe Photoshop, muita coisa que já está incorporada e vai facilitar a vida da pessoa. Isso de ficar resistindo, eu não acho que é legal. Não acho que a pessoa vai muito longe assim” (B6, *Operations Manager*).

Essa preocupação é, de certa forma, respaldada pela visão de que a IA impactará a dinâmica de trabalho, como já foi mencionado em tópicos anteriores, diferenciando

com maior clareza as atividades operacionais, que poderão ser relegadas à IA, das estratégicas, que deverão permanecer sobre os cuidados da Inteligência humana.

Nessa situação, na visão da Consultora brasileira, “quem se restringir a fazer atividades que sejam extremamente operacionais, aí sim, terão a sua posição ameaçada”. Para ela, o ambiente de trabalho da Comunicação tenderá a valorizar pessoas que “olham de uma forma realmente estratégica para aquilo que elas fazem (...)” (B2, Consultora de Comunicação).

Para melhor organizar os tópicos abordados e as falas, elaborou-se uma tabela que pode ser vista no Anexo J. Seguindo uma tendência já observada em outros pontos da análise das entrevistas, observou-se no grupo dos brasileiros uma abordagem mais crítica, seja devido a um possível uso inadequado da IA por parte dos profissionais e organizações, seja por conta da resistência ao uso da IA, ainda observada nos ambientes de trabalho.

O grupo de profissionais portugueses, por sua vez, já adota uma abordagem de maior aceitação e adaptação à realidade imposta pela integração da nova tecnologia, considerando, porém, a valorização das competências dos profissionais humanos, que não podem ser automatizadas ou substituídas pela IA Generativa.

6.19. Reflexões sobre questões éticas e regulação

A questão ética mais recorrente nas falas dos entrevistados diz respeito à responsabilidade e ao papel que os profissionais de Comunicação Organizacional e RP desempenham no processo de uso da IA. Os entrevistados entendem que cabe aos profissionais supervisionar os conteúdos gerados, de modo a prevenir erros e garantir a entrega de informações corretas e fidedignas ao público.

A Coordenadora de Conteúdo brasileira, por exemplo, ressalta a importância de se ter um profissional operando a inteligência artificial, atuando como um mediador do processo criativo, para evitar situações em que dados e conceitos errados sejam repassados ao público final. O Diretor de Comunicação português segue a mesma linha ao reforçar a importância da revisão humana, como forma de evitar falhas: “continuo a achar que o toque humano é muito importante nessa revisão e nessa transformação, até do próprio texto” (P3, *Communications Director*).

O Redator português, que atua na área de cultura, vai além e relembra a importância da transparência quanto ao uso de ferramentas de IA: “A gente vai criar aqui uma responsabilidade acrescida para todo mundo que produz conteúdo, seja ele mais informativo, seja mais publicitário, de assegurar que estamos veiculando um conteúdo, uma mensagem que ainda assim é nossa e que não é uma produção de uma máquina. E assegurar isso para nós, mas acima de tudo, para os nossos públicos” (P4, Redator).

Essa preocupação com a autenticidade e a veracidade dos conteúdos gerados pela IA também apareceu em outras falas, que destacaram os riscos de manipulação de textos, sons e imagens. O entrevistado brasileiro que atua como Chefe de uma Assessoria de Comunicação, por exemplo, trouxe à discussão o uso de falas e imagens criadas por IA nas redes sociais, ressaltando a falta de regulamentação e os riscos do compartilhamento desse tipo de conteúdo: “Nas redes sociais de comunicação, eu acho que o uso de imagem, criação de imagens, por exemplo, vídeos com pessoas, com falas, que na verdade não são reais. Eu acho que tudo isso não é discutido, não é regulamentado. Eu acho que isso pode, na verdade, se tornar um ruído na comunicação” (B4, Chefe de Assessoria de Comunicação).

A mesma preocupação é compartilhada pelas entrevistadas portuguesas que atuam, respetivamente, como *Head of Communications and Sustainability* e Coordenadora de Comunicação. Ambas debateram sobre o limite ético que deve ser estabelecido para se definir se uma imagem foi, de facto, manipulada.

Para a *Head of Communications and Sustainability*, “(...) essa questão de conteúdos serem reais, serem verdadeiros. Eticamente pode ser um problema. Não no caso da comunicação corporativa, mas na comunicação nos media, pode haver cada vez mais essa dificuldade de confirmar o que é verdadeiro ou não” (P6).

Já a Coordenadora de Comunicação enfatizou que “(...) vão surgindo pequenas questões no dia a dia, sobre o que será ético, o que não será ético. Em particular na área de design, casos de manipulação de imagens etc. Qual é que é o ponto? Ou seja, o que é uma correção de uma imagem e o que seria uma manipulação de uma imagem?” (P7).

Ainda nesse contexto, questões relacionadas à propriedade intelectual, riscos de plágio e demandas por regulações que possam orientar o uso responsável da IA Generativa também vieram à tona. Tanto os profissionais portugueses quanto os brasileiros demonstraram preocupação com a integridade e a veracidade dos conteúdos gerados por IA, ressaltando a necessidade de práticas responsáveis e de uma regulamentação que possa mitigar os riscos éticos envolvidos.

Os entrevistados brasileiros destacaram, de forma recorrente, a ausência de regulamentação para o uso da IA e a necessidade da criação de um mecanismo legal para esse fim. Tal comportamento pode ser justificado, como já apontado anteriormente, pela ausência de normas vigentes em território brasileiro. Para eles, a norma a ser criada deveria ter foco, sobretudo, na proteção de dados, na transparência das informações e na delimitação de práticas no uso de IA, garantindo que estas ocorram seguindo preceitos éticos pré-estabelecidos.

Essa visão é compartilhada por Rodríguez et al. (2023), que reforçam a necessidade de ações regulatórias que englobem desafios técnicos, mas que também visem proteger direitos e garantir a segurança dos usuários.

Por outro lado, os entrevistados portugueses, embora já contem com o suporte do AI Act (Parlamento Europeu, 2025), também expressaram preocupações sobre a regulamentação. Apontaram a necessidade de ajustes em normas já existentes, como o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD), além da criação de regulações futuras envolvendo IA, que tenham como foco questões ambientais.

Considerações Finais

O presente estudo teve como objetivo principal identificar e comparar as percepções de profissionais de Comunicação e Relações Públicas do Brasil e de Portugal acerca da adoção da Inteligência Artificial Generativa nas suas rotinas de trabalho.

No que diz respeito à primeira questão de investigação, verificou-se que o uso de ferramentas de IA Generativa para a criação de conteúdo já é uma realidade na rotina destes profissionais e desperta entusiasmo, mas também preocupações e cuidados no sentido de garantir a correta integração das equipas à nova tecnologia, e também que o público siga tendo acesso a informações claras e fidedignas.

Apesar das potencialidades oferecidas pelas soluções de IA Generativa e das inúmeras ferramentas disponíveis, o uso em larga escala ainda não ocorria, ao menos no grupo entrevistado, sendo que não se observaram movimentos por parte das organizações a que estes pertencem, no sentido de se fazer uma adoção institucional da IA enquanto ferramenta de trabalho.

Em relação à segunda questão de investigação, o estudo identificou o ChatGPT como a ferramenta mais citada pelos entrevistados. As atividades desenvolvidas concentravam-se em utilizar a IA para auxiliar em processos de *brainstorming*, na criação, melhoria e tradução de texto. As iniciativas, porém, ainda eram maioritariamente individuais e movidas pela curiosidade, pela experimentação e pelos benefícios percebidos no cotidiano. Durante o período de realização das entrevistas (setembro a novembro de 2024), não se identificaram movimentos institucionais por parte das organizações no sentido de sistematizar ou formalizar a adoção da IA como ferramenta de trabalho.

Vale considerar, contudo, que a rápida evolução da IA se manteve durante a realização deste estudo e impulsionou organizações, como o Governo Brasileiro, a emitir orientações para o uso de ferramentas de IA Generativa nas atividades de trabalho após o período em que as entrevistas foram realizadas. Esse fato ressalta o dinamismo do processo estudado e o quanto o presente trabalho abrange apenas um recorte temporal específico.

Em resposta à terceira e última questão de investigação, que trata das principais dificuldades e riscos percebidos pelos profissionais entrevistados, foram identificadas preocupações relacionadas à desinformação, à possibilidade de manipulação de conteúdos e aos impactos éticos que decorrem do uso dessa tecnologia sem uma maior supervisão humana.

Em relação às principais diferenças e similaridades entre os entrevistados brasileiros e portugueses, notou-se que os dois grupos percebem a IA Generativa como uma aliada, capaz de otimizar processos e favorecer a eficiência, desde que o elemento humano esteja presente no processo, tanto de criação, quanto de revisão dos resultados oferecidos pelas ferramentas.

De modo geral, os brasileiros foram mais incisivos ao destacar desafios, limitações e os riscos de uso inadequado, uma vez que a IA não se encontra regulamentada no Brasil. Já os portugueses, que se encontram respaldados pelo IA Act, ou seja, já possuem um marco regulatório que oferece uma maior segurança quanto ao uso da IA, demonstraram estar mais voltados para questões relativas à adaptação das equipes à nova tecnologia, à automação de processos e à integração tecnológica.

Contudo, na sua maioria, os profissionais não dominam uma terminologia nem um conhecimento mais técnico sobre o tema, justamente por não serem profissionais das áreas de tecnologia, e sim de Comunicação e RP. E por mais que tenham certa literacia sobre o assunto, a rapidez com que essa tecnologia tem evoluído dificulta a manutenção de um conhecimento pleno sobre os conteúdos e novas ferramentas relacionadas à IA e à IA Generativa.

Nesse contexto, a necessidade de treinamento indicada por praticamente todos os entrevistados está justamente relacionada ao desejo de explorar melhor as potencialidades da ferramenta e ampliar a literacia tecnológica, dada a crença compartilhada de que os profissionais precisam estar preparados para lidar com essa nova tecnologia e mais: precisam saber como usá-la, salvaguardando preceitos éticos e respeitando limites regulatórios.

Pode-se concluir, portanto, que o estudo atingiu o objetivo geral de identificar e comparar as percepções de profissionais de Comunicação e Relações Públicas do Brasil e de Portugal acerca da adoção da Inteligência Artificial Generativa nas suas práticas de trabalho, e foi também capaz de responder às questões de pesquisa propostas.

Identificou-se, porém, como limitações do presente estudo, o recorte amostral que, embora tenha permitido a realização de uma análise qualitativa relevante, poderia ter contemplado um grupo maior e mais diverso de profissionais, permitindo assim um possível aprofundamento da análise sobre as práticas e percepções dos profissionais nos contextos estudados.

Outra limitação refere-se ao método de entrevistas semiestruturadas que, apesar de proporcionar relatos ricos e detalhados, está sujeita a interpretações pessoais dos entrevistados (viéses), o que pode não refletir integralmente as práticas vigentes no campo da Comunicação Organizacional de das Relações Públicas.

Embora essas limitações não comprometam os resultados obtidos, estudos futuros poderão ampliar esses aspetos, contribuindo para uma visão mais abrangente e representativa da adoção da IA Generativa no setor.

Ainda em relação a lacunas para futuras pesquisas, pode-se destacar também a necessidade de se aprofundar a análise sobre os impactos do uso da IA na criação de conteúdos informativos e o consequente risco de desinformação, manipulação de conteúdos, bem como os impactos éticos decorrentes do uso intensivo da tecnologia, visando orientar futuras diretrizes regulatórias.

Outro ponto que merece estudos mais aprofundados é o impacto da adoção da IA Generativa nas práticas laborais, e como isso deverá ser refletido no currículo acadêmico, de modo a garantir que os futuros profissionais estejam preparados para lidar com as nuances que o uso da IA traz para a cultura já estabelecida nas áreas de Comunicação e Relações Públicas.

Ao promover uma análise comparativa das percepções dos profissionais portugueses e brasileiros que atuam em Relações Públicas e Comunicação, em um momento de transformação histórica e tecnológica sem precedentes, o estudo contribui não apenas

com o ineditismo de abordar a realidade das duas maiores economias de língua portuguesa do mundo, como também atualiza o conteúdo bibliográfico sobre a temática da adoção de IA Generativa em contextos laborais. Essa abordagem destaca a importância de compreender como as diferentes realidades culturais e institucionais influenciam o uso e a integração da IA na comunicação, oferecendo subsídios para ampliar a discussão sobre os desafios, sobretudo éticos, e as potencialidades que essa tecnologia traz para as práticas profissionais contemporâneas do campo da Comunicação e RP.

Referências Bibliográficas

- Adi, A. (2023). *Artificial Intelligence in Public Relations and Communications*. Quadriga University of Applied Sciences. <https://www.quadriga-hochschule.com/>
- Alawaad, H. A. (2021). The Role of Artificial Intelligence (AI) in Public Relations and Product Marketing in Modern Organizations. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(14), 3180–3187. <https://doi.org/10.1126/science.aaa8415>
- Almeida, T. S., Abonizio, H., Nogueira, R., & Pires, R. (2024). *Sabiá-2: A New Generation of Portuguese Large Language Models*. Maritaca AI. <https://arxiv.org/abs/2403.09887>
- Alowais, S. A., Alghamdi, S. S., Alsuhebany, N., Alqahtani, T., Alshaya, A. I., Almohareb, S. N., Aldairem, A., Alrashed, M., Bin Saleh, K., Badreldin, H. A., Al Yami, M. S., Al Harbi, S., & Albekairy, A. M. (2023). Revolutionizing healthcare: The role of artificial intelligence in clinical practice. *BMC Medical Education*, 23(1), 689. <https://doi.org/10.1186/s12909-023-04698-z>
- Álvarez-Nobell, A., Molleda, J. C., & Athaydes, A. S. (2022). Strategic topics and main professional trends in public relations: Results from 19 Latin American countries. *Public Relations Inquiry*, 11(2), 171–197. <https://doi.org/10.1177/2046147X221081178>
- Alves, E., & Grohs, A. C. D. C. P. (2024). Inteligência artificial e big data: Por uma educação midiática crítica e ativa das Relações Públicas. *Organicom*, 21(44), 159–170. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.221259>

- Ardila, M. M. (2020). *The Rise of Intelligent Machines: How Artificial Intelligence is Transforming the Public Relations Industry* [University of Southern California, Annenberg School for Communication and Journalism]. <https://uscannenberg.usc.edu/>
- Baidoo-Anu, D., & Ansah, L. O. (2023). Education in the Era of Generative Artificial Intelligence (AI): Understanding the Potential Benefits of ChatGPT in Promoting Teaching and Learning. *Journal of AI*, 7(1), 52–62. <https://doi.org/10.1007/s00146-016-0651-x>
- Baptista, R., & Belim, C. (2024). To use or not to use artificial intelligence, that is the question: A study of artificial intelligence with strategic communication professionals in Portugal. *MedieKultur: Journal of media and communication research*, 40(76), 139–159. <https://doi.org/10.7146/mk.v40i76.143614>
- Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). *On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?* Proceedings of the Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAccT 2021), Virtual Event, Canada. <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>
- Bick, A., Blandin, A., & Deming, D. (2024). The Rapid Adoption of Generative AI. *Working Paper Series*, 2024-027A. <https://doi.org/10.20955/wp.2024.027>
- Borges, N. M., Janissek-Muniz, R., & Panizzon, M. (2024). *Transformação digital no setor público: Um estudo sobre a adoção de inteligência artificial em bancos públicos brasileiros*. Anais do XII SINGEP - Simpósio Internacional de Gestão, Projetos, Inovação e Sustentabilidade, São Paulo.

- Brown, T. B., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J., Dhariwal, P., Neelakantan, A., Shyam, P., Sastry, G., Askell, A., Agarwal, S., Herbert-Voss, A., Krueger, G., & Henighan, T. (2020). *Language Models are Few-Shot Learners*. Cambridge University Press. (n.d). *Hype*.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-portuguese/hype>
- Chandrasekaran, A. (n.d). *Hype Cycle for Generative AI 2024*. Gartner; Gartner Inc.
<https://www.gartner.com/en/articles/hype-cycle-for-genai>
- Choi, J. H., Hickman, K. E., Monahan, A., & Schwarcz, D. (2023). ChatGPT Goes to Law School. *SSRN Electronic Journal*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4376344
- CIPR. (2024). *CIPR State of the Profession 2024*. Chartered Institute of Public Relations (CIPR). <https://www.cipr.co.uk>
- Conitzer, V., & Russell, S. (2025). AI Ethics & Safety. Em *AAAI 2025 Presidential Panel on the Future of AI Research* (pp. 28–32). Association for the Advancement of Artificial Intelligence.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Cusnir, C., & Nicola, A. (2024). Using generative Artificial Intelligence tools in Public Relations: Ethical concerns and the impact on the profession in the Romanian context. *Communication & Society*, 309–323.
<https://doi.org/10.15581/003.37.4.309-323>

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications* (2nd ed). Routledge.
- Díaz-Rodríguez, N., Ser, J. D., Coeckelbergh, M., Prado, M. L. de, Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2023). Connecting the Dots in Trustworthy Artificial Intelligence: From AI Principles, Ethics, and Key Requirements to Responsible AI Systems and Regulation. *arXiv*, 2305.02231v2. <https://arxiv.org/abs/2305.02231>
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. (n.d). Em *Escravo*. Priberam Informática, S.A.
<https://dicionario.priberam.org/escravo>
- Duarte, J., & Barros, A. (2017). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (4ª reimpressão). Atlas.
- Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., & Kar, A. K. (2023). “So what if ChatGPT wrote it?” Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, 102642.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>
- Eke, D. O. (2023). ChatGPT and the rise of generative AI: Threat to academic integrity? *Journal of Responsible Technology*, 13, 100060.
<https://doi.org/10.1016/j.jrt.2023.100060>

- Feitosa, K. L. T. (2024). *A integração da inteligência artificial generativa nas práticas de relações públicas: Uma revisão sistemática da literatura* [Universidade Federal da Paraíba]. <https://example.com/link-to-document>
- Fórum Econômico Mundial. (2024). *IA para Impacto: O Papel da Inteligência Artificial na Inovação Social*. <https://www.weforum.org/>
- Galloway, C., & Swiatek, L. (2018). Public relations and artificial intelligence: It's not (just) about robots. *Public Relations Review*, 44(5), 734–740. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.008>
- Garfinkle, A. (2023, fevereiro 2). ChatGPT on track to surpass 100 million users faster than TikTok or Instagram. *Yahoo Finance*. <https://finance.yahoo.com/news/chatgpt-on-track-to-surpass-100-million-users-faster-than-tiktok-or-instagram-ubs-195047296.html>
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. Atlas.
- Gill, K. S. (2016). Artificial super intelligence: Beyond rhetoric. *AI & Society*, 31(1), 137–143. <https://doi.org/10.1007/s00146-016-0651-x>
- Góis, A. R. A. de. (2023). *O impacto da Inteligência Artificial nas Relações Públicas* [Thesis]. Escola Superior de Comunicação Social.
- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep Learning*. MIT Press. <http://www.deeplearningbook.org>
- Google & Ipsos. (2025). *Our Life with AI: From Innovation to Application. Second Annual Global Report*. Google & Ipsos. https://static.googleusercontent.com/media/publicpolicy.google/en//resource/s/our_life_with_ai_google_ipsos_report.pdf

Google Trends. (n.d.). Google Trends.
<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&q=%2Fg%2F11khkg2rwf&hl=pt-PT>

Governo da República Portuguesa. (2024). *Modelo de Linguagem em Grande Escala para a língua portuguesa—XXIV Governo Constitucional*. Governo da República Portuguesa.

<https://www.portugal.gov.pt/pt/gc24/comunicacao/noticia?i=modelo-de-linguagem-em-grande-escala-para-a-lingua-portuguesa>

Governo Federal. (2024). *Plano IA para o Bem de Todos: Proposta de Plano Brasileiro de Inteligência Artificial 2024–2028*. Governo Federal do Brasil.

Governo Federal. (2025). *IA Generativa no Serviço Público: Definições, usos e boas práticas*.

GrayWidder, D., & Hicks, M. (2024). Watching the Generative AI Hype Bubble Deflate. *Digital Life Initiative, Cornell University & School of Data Science, University of Virginia*. <https://techpolicy.press/artificial-intelligence-and-the-ever-receding-horizon-of-the-future>

Ipsos. (2023). *Global Views on AI 2023*. <https://www.ipsos.com/>

Ipsos. (2024). *The Ipsos AI Monitor 2024: A 32-country Ipsos Global Advisor Survey*.

Kim, J. (2025). Research Beyond the AI Research Community. *AAAI 2025 Presidential Panel on the Future of AI Research*.

LeCun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). Deep learning. *Nature*, 521(7553), 436–444.
<https://doi.org/10.1038/nature14539>

- Marvin, G., Raudha, N. H., Jjingo, D., & Nakatumba-Nabende, J. (2024). Prompt Engineering in Large Language Models. Em *Data Intelligence and Cognitive Informatics, Algorithms for Intelligent Systems*. Springer Nature Singapore Pte Ltd. https://doi.org/10.1007/978-981-99-7962-2_30
- Maslej, N., Fattorini, L., Perrault, R., Parli, V., Reuel, A., & et al. (2024). *Artificial Intelligence Index Report 2024*. Stanford University, Human-Centered AI (HAI). <https://aiindex.stanford.edu/>
- McCarthy, J., Minsky, M. L., Rochester, N., & Shannon, C. E. (1955). A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence. *AI Magazine*, 27(4), 12–14. <https://www-formal.stanford.edu/jmc/history/dartmouth/dartmouth.html>
- McCorkindale, T. (2024). *Generative AI in Organizations: Insights and Strategies from Communication Leaders*. Institute for Public Relations. <https://instituteforpr.org>
- Meta. (2025). *Sobre as experiências com IA disponíveis no WhatsApp*. https://faq.whatsapp.com/1111412106858632?helpref=faq_content
- Muck Rack. (2024). *State of AI in PR*. Muck Rack. <https://muckrack.com/ai-in-pr>
- Narayanan, A., & Kapoor, S. (2024). *AI Snake Oil: What Artificial Intelligence Can Do, What It Can't, and How to Tell the Difference*. Princeton University Press. <https://books.google.com.br/books?id=ddX9EAAAQBAJ>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1997). *Criação de conhecimento na empresa: Como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação*. Elsevier.
- OpenAI. (2016). *Introducing GPTs*. <https://openai.com/index/introducing-gpts/>
- OpenAI. (2022). *Introducing ChatGPT*. OpenAI. <https://openai.com/index/chatgpt/>

- OpenAI. (2023). *GPT-4 Technical Report*. OpenAI. <https://arxiv.org/abs/2303.08774>
- Panda, G., Upadhyay, A. K., & Khandelwal, K. (2019). Artificial Intelligence: A Strategic Disruption in Public Relations. *Journal of Creative Communications*, 14(3), 196–213. <https://doi.org/10.1177/0973258619866585>
- Parlamento Europeu. (2025, fevereiro 20). *Lei da UE sobre IA: primeira regulamentação de inteligência artificial*. Parlamento Europeu. <https://www.europarl.europa.eu/topics/pt/article/20230601STO93804/lei-da-ue-sobre-ia-primeira-regulamentacao-de-inteligencia-artificial>
- Rossi, F. (2025). *AAAI 2025 Presidential Panel on the Future of AI Research*. Association for the Advancement of Artificial Intelligence (AAAI). [/mnt/data/AAAI-2025-PresPanel-Report-FINAL.pdf](#)
- Roza, R. H. (2020). Revisitando a teoria da criação do conhecimento organizacional. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 43(3), eRv2. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v43n3eRv2>
- Russell, S.J. & Norvig, P. (2016). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson Education Limited.
- Sampaio, R. C., Nicolás, M. A., Junquilha, T. A., Silva, L. R. L., Freitas, C. S. de, Telles, M., Teixeira, J. S., da Escóssia, F., & dos Santos, L. C. (2024). ChatGPT e outras IAs transformarão a pesquisa científica: Reflexões sobre seus usos. *Revista de Sociologia e Política*, 32, e008. <https://doi.org/10.1590/1678-98732432e008>
- Santaella, L., & Kaufman, D. (2024). A Inteligência artificial generativa como quarta ferida narcísica do humano. *MATRIZES*, 18(1), 37–53. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i1p37-53>

- Santos, L. D. N., Faro, K. dos S., Lírio, D. S., Jesus, L. O. de, Silva, S. C. I. da, & Lima, V. S. (2024). *Modelo de Aceitação Tecnológica*. UFS - Universidade Federal de Sergipe.
- Schreier, M. (2013). *Qualitative Content Analysis in Practice*. SAGE Publications.
- Sebastião, S. P. (2020). Inteligência Artificial? Não, obrigado.: Percepções dos Profissionais de Comunicação e Relações Públicas europeus. *Media & Jornalismo*, 20(36), 93–108. https://doi.org/10.14195/2183-5462_36_5
- Seidenglanz, R., & Baier, M. (2023). The Impact of Artificial Intelligence on the Professional Field of Public Relations/Communications Management: Recent Developments and Opportunities. Em A. Adi (Ed.), *Artificial Intelligence in Public Relations and Communications: Cases, Reflections, and Predictions* (pp. 14–25). Quadriga University of Applied Sciences.
- Senado Federal. (2025). *PL 2338/2023—Regulamenta o uso da Inteligência Artificial no Brasil*. Senado Federal. <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>
- Similarweb. (2024, dezembro 28). <https://www.similarweb.com/website/chat.openai.com/#geography>
- Singla, A., Sukharevsky, A., Yee, L., & Chui, M. (2024). *The State of AI in Early 2024: Gen AI Adoption Spikes and Starts to Generate Value*. <https://www.mckinsey.com>
- Staley, L., Dvorak, M., Ewing, M. E., Hall, H. K., Hoeft, J. R., & Myers, C. (2023). *The Ethical Use of AI for Public Relations Practitioners: Promise & Pitfalls*. Public Relations Society of America (PRSA). <https://www.prsa.org/about/ethics>
- Terwiesch, C. (2023). *Would Chat GPT3 Get a Wharton MBA? A Prediction Based on Its Performance in the Operations Management Course*. Mack Institute for

- Innovation Management, Wharton School, University of Pennsylvania.
<https://mackinstitute.wharton.upenn.edu/2023/would-chatgpt-get-a-wharton-mba/>
- Thompson, D. A. D. (2025, janeiro 28). *Models table*. LifeArchitect.ai.
<https://lifearchitect.ai/models-table/>
- Turing, A. M. (1950). Computing Machinery and Intelligence. *Mind*, 59(236), 433–460.
<https://doi.org/10.1093/mind/LIX.236.433>
- Valin, J. (2018). *Humans still needed: An analysis of skills and tools in public relations*. CIPR #AlinPR panel. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22233.01120>
- Valin, J., & Gregory, A. (2020). *Ethics Guide to Artificial Intelligence in PR – Canadian Edition* (CIPR AlinPR Panel). Chartered Institute of Public Relations (CIPR) & Canadian Public Relations Society (CPRS). <https://cipr.co.uk/ai>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
<http://www.jstor.org/stable/30036540>
- Vergara, S. C. (2000). *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. Atlas.
- Weiner, M., Kochhar, S., Cohen, M., Rector, E., & Rutherford, L. (2024). *Irreversible: The Public Relations Big Data Revolution*. Institute for Public Relations.
<https://instituteforpr.org>

Anexos

Anexo A

Tabela A 1 Testes realizados em GPTs até setembro de 2024

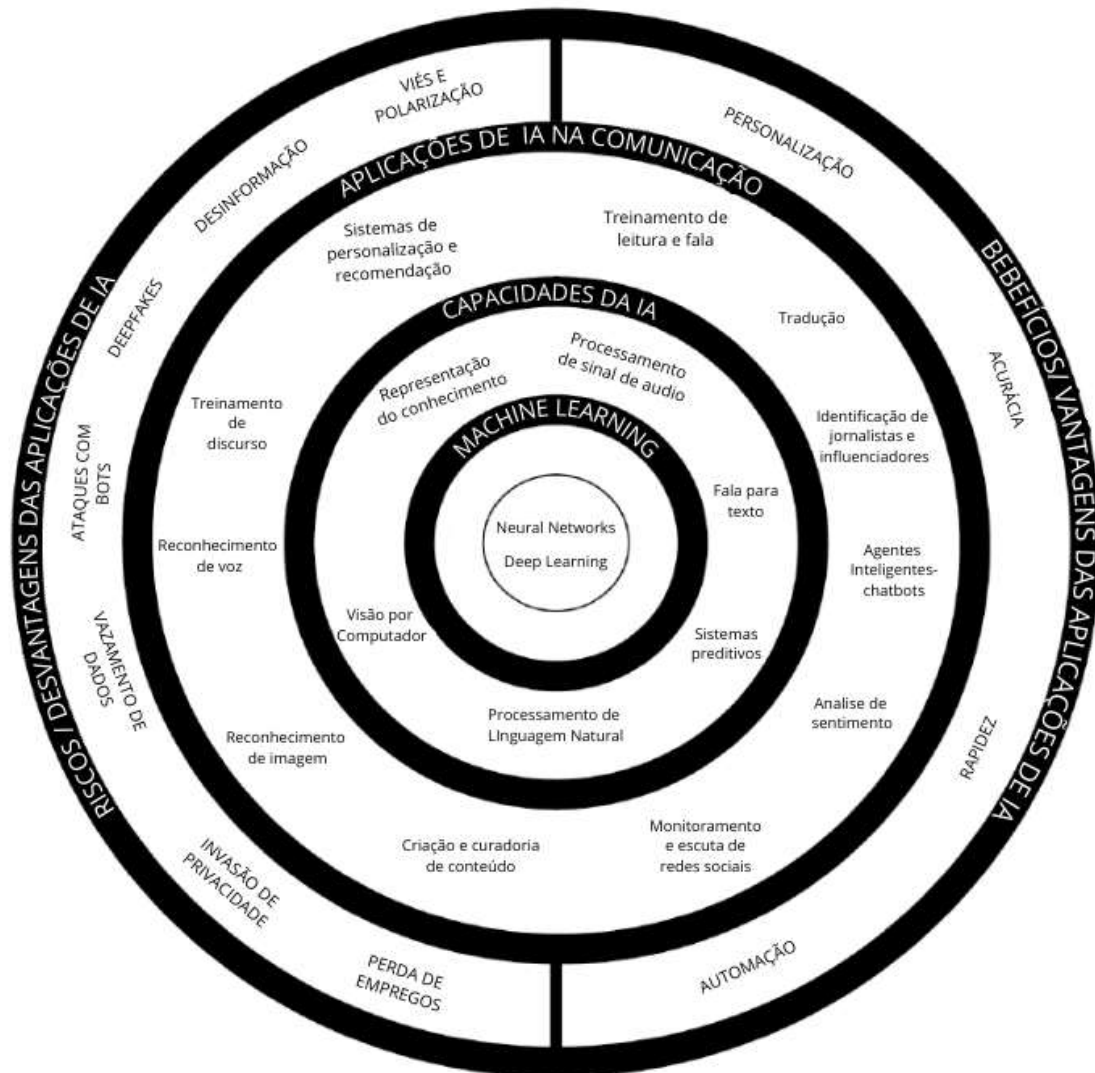
Área	Conquista	Resultado	Supera a média humana?	Motor/Plataforma	Data de teste
Matemática	o1 conclui o novo exame de matemática do ensino secundário holandês em 10 minutos, obtém 100%	100	Sim	o1	Set/2024
Biologia	GPT-4 realiza modelagem rudimentar de biologia estrutural	-	Sim	GPT-4	Ago/2024
Engenharia	GPT-4 passa em exames de engenharia.	85.1	Sim	GPT-4	Ago/2024
Humor	ChatGPT é mais engraçado do que humanos.	-	Sim	ChatGPT	Jul/2024
Jurídico	Claude 3 Opus trabalha pelo menos 5.000 vezes mais rápido do que humanos, produzindo trabalho de qualidade semelhante ou superior	-	Sim	Claude 3 Opus	Jun/2024
Investimento	A precisão na seleção	-	Sim	GPT-4	Mai/2024

	de ações da GPT-4 pode chegar a 60% em comparação com a média humana				
--	--	--	--	--	--

Fonte: adaptado (Dr Alan D. Thompson, 2025)

Anexo B

Figura B 1. Possibilidade, aplicações, vantagens e riscos da adoção de IA em RP



Fonte: adaptado de Ardila (2020)

Anexo C

Tabela C 1. Ferramentas de IA utilizadas em RP

Principais atividades	Atividades relacionadas	Ferramenta de IA	Pontos fortes/Uso potencial
Redação/Copywriting e edição de texto e imagens	Assistente de texto e pesquisa	Google Bard (Gemini)	Gera textos e responde a perguntas complexas com base em dados atualizados.
		Bing Chat (Copilot)	Integração com mecanismos de busca para respostas rápidas e contexto adicional.
	Assistente de escrita	Writer	Auxilia na criação de conteúdos consistentes, focando no tom de voz e estilo de marca.
		Rytr	Oferece modelos para criar conteúdos rapidamente em diferentes nichos.
	Criação de conteúdos visuais	DALL-E 2, Midjourney, Bing Image Creator, Adobe Firefly	Gera conteúdo visual e de vídeo criativo com base em descrições textuais
	Geração de texto criativo	Jasper AI	Produz conteúdos personalizados e otimizados para marketing, blogs e campanhas.
Relações com a comunidade e stakeholders	Agendamento de reuniões	Zapier	Automatiza tarefas repetitivas e integra aplicações sem necessidade de programação
	Monitoramento de redes sociais	Lynguo	Analisa opiniões, sentimentos e tendências, ajudando na

			medição da reputação
	Análise de redes sociais	Hootsuite Analyze	Fornece insights detalhados sobre demografia e comportamentos da audiência
	Atendimento ao cliente via chatbot	Heyday	Interação com clientes 24/7 com experiências personalizadas e tradução de idiomas
Relações com a media/Assessoria de Imprensa	Follow-ups com jornalistas (Uso Potencial)	Siri e Google Duplex	Pode agilizar interações com jornalistas após o envio de comunicados
	Clipping e categorização de notícias	Cision, Hootsuite Insights	clipping automatizado com análise de impacto, abrangendo mídia digital e impressa.
	Envio de comunicados de imprensa	Csion	Utiliza IA para segmentar contatos e personalizar o envio de comunicados, além de monitorar a repercussão na mídia.
	Monitorização de media	Hootsuite Analyze	Gera relatórios abrangentes com métricas agregadas de redes sociais
Gestão de crises	Monitoramento de media	PRISMA Crisis Intelligence	Monitoriza menções negativas e detecta crises por meio de análise de sentimentos
	Análise de sentimento	Lynguo	Detecta sentimentos e prevê crises de reputação
Gestão de pessoas e recursos	Gestão de calendário	Zapier	Automatiza tarefas repetitivas e integra aplicações sem

			necessidade de programação
Eventos e conferências	Automação de respostas a e-mails	Zapier	Automatiza tarefas repetitivas e integra aplicações sem necessidade de programação
Programas/campanhas	Design gráfico acessível	Canva	Oferece templates para criação de designs profissionais e rápidos.
Comunicação interna	Criação de newsletters internas	ChatGPT	Gera textos e responde a perguntas complexas com base em dados atualizados. Permite a criação de GPTs personalizados com dados específicos de uma organização.
Planejamento estratégico	Criação de relatórios	Hootsuite Analyze	Gera relatórios abrangentes com métricas agregadas de redes sociais
Gestão de projetos, contas e clientes	Apresentações em slides	Slidebean, Deckset	Formata slides e gera conteúdo automaticamente
	Suporte à produtividade	Microsoft Copilot	Integra-se ao pacote Office para otimizar tarefas cotidianas, como criação de documentos e análise de dados.

Fonte: Elaborado com base em (Aleluia de Góis, 2023), (McCorkindale, 2024) e CIPR, 2024.⁴⁴

⁴⁴ Como já citado anteriormente, a velocidade com que a IA e a IA Generativa se desenvolvem não encontra precedentes na história moderna. E ao escrever este estudo, muitas outras ferramentas estão surgindo. Porém, a fim de esgotar os achados nas bibliografias utilizadas como base para este estudo, em (Eke, 2023) encontra-se ainda outras ferramentas que podem ser utilizadas como geradores de texto/conteúdo por IA, sendo elas: Rytr, CopyAI, Writesonic, Kafkai, Copysmith, Peppertype, Articoolo, Article Forge e Copymatic.

Anexo D

Termo de consentimento livre e esclarecido

Este termo de consentimento refere-se à realização de uma entrevista no âmbito da dissertação para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Porto, desenvolvida pela aluna Priscila Reinaldo, sob a orientação do Professor Ricardo Morais.

O objetivo do trabalho é explorar a perceção dos profissionais de Comunicação e Relações Públicas sobre a adoção de ferramentas de Inteligência Artificial nas práticas e rotinas de trabalho. A entrevista, com duração estimada de 30 minutos, visa contribuir para uma compreensão mais aprofundada sobre o tema.

O estudo será conduzido em conformidade com os princípios éticos internacionais, sendo toda a informação recolhida utilizada exclusivamente para fins académicos. Qualquer outro uso dessa informação só poderá ocorrer mediante consentimento prévio e escrito. A participação dos profissionais é totalmente voluntária e somente será realizada mediante consentimento.

Para assegurar o rigor metodológico, a entrevista será gravada em formato áudio, sendo esse material destruído após a transcrição dos dados, que servirá unicamente para manter a fidelidade das informações fornecidas pelos participantes. Uma cópia da transcrição será disponibilizada para o seu conhecimento.

Sua participação é fundamental para o sucesso desta pesquisa. Muito obrigada pela colaboração.

Pesquisadora: Priscila Reinaldo

Contato da Pesquisadora: up202300882@up.pt

Orientador(a): Ricardo Morais

Contato do Orientador(a): rjmorais@letras.up.pt

* Indica uma pergunta obrigatória

1.Email*

2. **Prefere que seu nome e nome da organização sejam mantidos em sigilo? ***

Marcar apenas uma oval.

() Sim

(...) Não

3. **Você concorda em participar desta pesquisa e autoriza o uso das informações fornecidas conforme descrito acima? ***

Marcar apenas uma oval.

(...) Sim

(...) Não

4. **Seu nome: *** _____

5. **Local e data de consentimento: *** _____

Guião de Entrevista

Pergunta de Abertura

Utiliza alguma ferramenta de Inteligência Artificial no seu dia a dia profissional?

Anexo E

Guião 1 - Para Quem Utiliza Ia Generativa

1. O que você entende por Inteligência Artificial?
2. Quando se fala em Inteligência Artificial Generativa, o que vem à sua mente?
3. Há quanto tempo utiliza IA Generativa?
4. Foi uma opção sua ou é uma política da organização em que você trabalha?
5. Em que tipos de tarefas ou atividades mais utiliza a IA?
6. Gostaria de citar alguma ferramenta ou solução em específico?
7. O que te motivou a começar a fazer uso da IA?
8. Quais os principais benefícios que a IA trouxe para o seu trabalho ou para a organização?
9. Quais são as principais dificuldades que você enfrenta no uso de ferramentas de IA?
10. Você sente que há necessidade de treinamento específico para o usar as ferramentas?
11. Como vê o futuro dos profissionais que não usam IA?
12. Qual a sua visão do futuro da IA na Comunicação?
13. Há algum outro aspecto do uso de IA que você gostaria de compartilhar ou discutir? Questões éticas, regulamentação?

Guião 2 - Para Quem Não Utiliza IA

1. O que você entende por Inteligência Artificial?
2. Quando se fala em Inteligência Artificial Generativa, o que vem à sua mente?
3. O que levou você a não adotar ferramentas de IA até o momento?
4. E a sua organização?

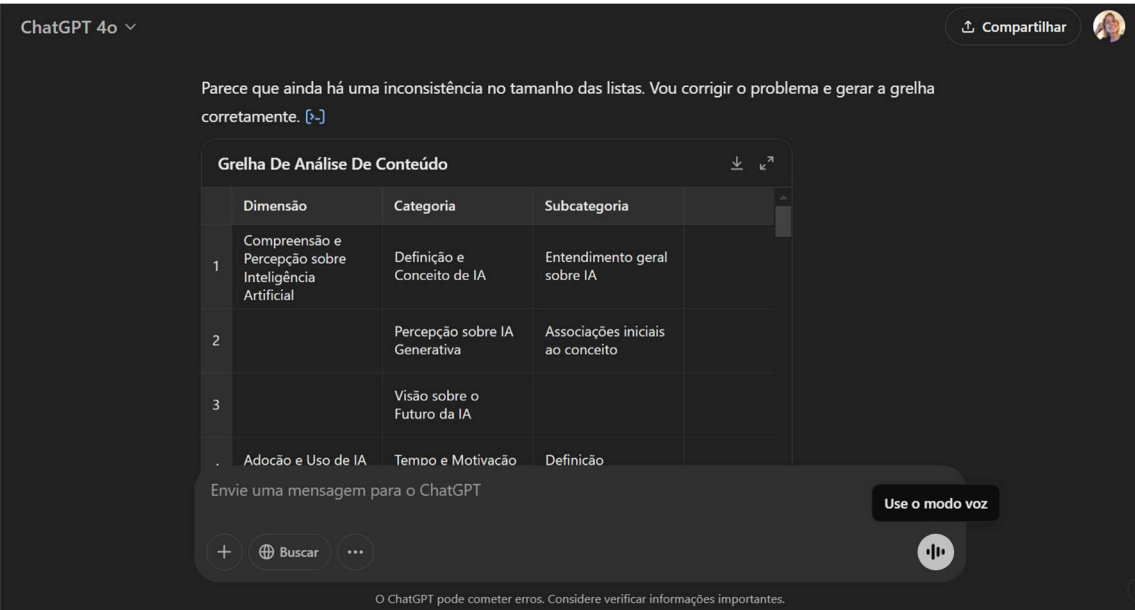
5. Você já considerou a possibilidade de adotar ferramentas de IA no futuro?
6. Qual é a sua percepção geral sobre o uso de IA na área de Comunicação e Relações Públicas?
7. Quais aspectos ou funcionalidades da IA são mais promissores?
8. E quais são mais preocupantes?
9. Você acha que a IA poderá substituir algumas funções da Comunicação no futuro?
10. Você acredita que, no futuro, a IA poderá ser necessária para manter a competitividade e a empregabilidade no setor de Comunicação?
11. Como você enxerga os profissionais que fazem uso de IA em suas rotinas de trabalho?
12. Você tem alguma preocupação específica em relação ao uso de IA, como perda de controle sobre o processo criativo ou questões éticas?
13. -Há algum outro aspecto do uso de IA que você gostaria de compartilhar ou discutir?

Anexo F

Gelha Inicial Criada pelo ChatGPT

Prompts utilizados:

- 1 -Transforma as perguntas em dimensões, categorias e subcategorias para análise de conteúdo? (a íntegra dos guiões foi colada abaixo)
- 2 - Poderia gerar uma grelha com essas informações?



Grelha de análise criada pelo ChatGPT (posteriormente adaptada para realização do trabalho)

Tabela F 1- Grelha final utilizada para a análise do conteúdo

Dimensão	Categoria	Subcategoria
Compreensão e percepção sobre Inteligência Artificial	Definição e conceitualização sobre IA	Entendimento sobre IA
		Conceção de IA Generativa
	Imaginário e representações mentais	
		Histórico e tempo de uso

Adoção e uso das ferramentas de IA	Contexto e decisão de adoção	Processo decisório
		Razões para não usar IA
	Aplicações e ferramentas utilizadas	Tipos de tarefas e atividades
		Ferramentas e soluções citadas
	Fatores motivacionais para uso da IA	
Impactos e implicações do uso de IA	Benefícios percebidos	
	Dificuldades, desafios e preocupações	Dificuldades na utilização
		Uso inadequado pelas equipes
	Necessidade de formação e capacitação	
Perspetivas futuras e reflexões críticas	Visões e projeções futuras	Futuro da IA na Comunicação e RP
		Impacto para o mundo e sociedade
		Perspetiva de adoção
		Impacto para os profissionais
	Reflexões sobre ética e regulação	questões éticas
		Considerações sobre regulação e controle

	Preocupações, aspectos adicionais e comentários livres	
--	--	--

Fonte: Elaborado pela autora.

Anexo G

Tabela G 1. Lista de benefícios percebidos

Entrevistado	Benefício percebido	Citação original
B1	Apoio em tarefas mecânicas (resumo, decupagem, tradução, checagem).	“Eu gosto da ideia da de você utilizar como uma ferramenta acessória... Mas sempre esse produto que a inteligência te entrega, tem que ter essa avaliação.”
B2	Agilização e otimização do trabalho, trazendo ideias iniciais.	“Mas usar o ChatGPT nessa tarefa me ajudou muito porque eu teria que fazer tudo isso de forma manual... Agilizar o trabalho, otimização de trabalho, traz também ideias novas.”
B3	Organização rápida de informações e praticidade no processamento.	“Eu acho que ela organiza informações de maneira muito rápida... Quando você tem um grande volume de informações, que você consegue processá-las e organizá-las.”

B4	Agilidade na produção e revisão, revelando novos aspectos.	“Agilizar, por exemplo, a produção da informação e a revisão do tipo de informação e até trazer para gente alguns aspectos diferentes...”
B5	Ampliação da escrita e agregação de informação.	“Acho que ampliou, amplia as minhas possibilidades de escrita... eu gosto muito disso no ChatGPT. Eu não preciso me preocupar com o que eu tô digitando.”
B6	Otimização do trabalho com controle, sem ‘copia e cola’.	“Ele otimiza meu trabalho, dentro de tudo o que eu faço, de imensas possibilidades. Mas sempre com você controlando ali.”
B7	Praticidade e agilidade na execução das tarefas.	“Praticidade. Agiliza o trabalho.”
P1	Redução do tempo com bloqueios criativos e escrita.	“Às vezes a questão do despontar uma ideia ou uma frase que eu tava ali, travada... facilitou muito nesta questão de resumo.”
P2	Eficiência e economia de tempo ao reduzir pesquisas.	“Eficiência, poupança de tempo, porque realmente, em vez de fazer 20 pesquisas, faço duas ou

		três interações e consigo resultado.”
P3	Facilidade na estruturação inicial de textos.	“Acelera muito a minha rotina... O ChatGPT, com um bom briefing, consegue nos criar uma estrutura, pelo menos inicial.”
P4	Eficiência e aprendizado, similar a um diálogo com colega.	“Eficiência, que ajuda a promover... Não substitui, mas é muito próximo de dialogar com um colega.”
P5	Otimização da formatação de textos, economizando tempo.	“A parte que mais utilizei foi a formatação de texto... Se eu der o conteúdo e pedir para ele trabalhar o texto, poupa-me mais tempo.”
P6	Agilidade, criatividade e automação na análise de dados.	“Agilidade, eficiência, novas ideias... analisar os dados de forma precisa e automação de tarefas.”
P7	Realocação de tempo para atividades mais estratégicas.	“Tempo que eu não perco escrevendo uma entrevista é tempo que ganho para outras coisas mais estratégicas.”

Fonte: Elaborado pela autora.

Anexo H

Tabela H 1. Dificuldades percebidas pelos entrevistados

Entrevistado	Dificuldade percebida	Citação original
B1	Ausência de autoria e fontes confiáveis	“Sem autoria, sem fonte de informação, eu posso ter dado errado, eu posso ter conceitos errados, isso é muito comum ainda. Então é por isso que tem de ter o profissional que está operando aquela inteligência.”
B2	Dificuldades culturais, linguísticas e de repertório	“Eu não conheço nenhuma inteligência artificial brasileira nativa, então as inteligências artificiais vêm com DNA principalmente de língua nativa inglesa. [...] Teve um outro momento que eu fui buscar ajuda da IA, quando eu precisei preparar o material de aula [...] O ChatGPT não é português, não é brasileiro. Ele não tem um repertório vasto dentro da nossa língua e dentro da nossa cultura.”
B3	Erros, inconsistências e baixa qualidade textual	“Eu acho que você ainda costuma encontrar muitos e muitos erros e informações da inteligência artificial. [...] A escrita é ruim. É uma escrita muito primária. [...] Qualquer trabalho, eventualmente quando vou dar inteligência que é a inteligência artificial que me trouxe os dados, as informações, eu sempre faço dupla checagem, terceira checagem.”
B4	Limitações na abrangência das atividades de assessoria	“Que ela ainda abraça pouco das nossas atividades de assessoria e de comunicação

		estratégica. Eu acho que quando uma ferramenta ainda não está muito bem estabelecida, ou não existe uma regra de uso dela, não há um limite para esse uso, eu acho que pode vir a prejudicar o nosso trabalho.”
B5	Impactos cognitivos e desafios na elaboração de prompts	“Eu fui percebendo um efeito muito deletério no meu patrimônio cognitivo. [...] Você fala assim: ‘Ah não, eu vou economizar um tempo aqui, vou digitar em português porque estou muito cansada, tem que escrever o relatório em inglês. Ah não, vou digitar em português e aí traduz para mim automaticamente.’ [...] Eu demorei um pouco para entender o prompt. Eu até fiz uns dois cursos [...] tive um pouco de dificuldade de encontrar, de fazer a contextualização para minimizar as respostas erradas. [...] há essa questão da bajulação (viés de confirmação) que a IA tende a apresentar.”
B6	Limitações técnicas e funcionais da plataforma	“Eu faço uso da plataforma de uma forma crítica. [...] Com certeza, a gente sabe que o ChatGPT não é Google. Ele não te entrega um conteúdo pronto. [...] Pode te entregar um conteúdo que está errado ou então tá muito antigo, desatualizado ou a informação não procede. [...] Eu peço referências do que ele tá falando. Ele não é capaz de fazer isso ainda. [...] a versão gratuita ainda é super limitada, falando do chat de texto. Imagem então...

		Nossa, de imagens aí é horrível. [...] Todo mundo fala de plataforma de IA para criar PowerPoint, e eu nunca consegui usar.”
B7	Resultados divergentes dos prompts elaborados	“Não acho difícil. Mas às vezes eu peço uma coisa, elaboro um prompt muito bom, e o resultado vem totalmente diferente do que eu esperava. Então a dificuldade que eu vejo hoje é essa: a ferramenta ainda precisa melhorar, pois nem sempre entrega o que eu espero.”
P1	Falta de personalização e textos padronizados	“Uma das dificuldades que temos [...] é que a IA nunca nos vai dar nada ou menos por enquanto, nada super focado à nossa realidade, porque cada realidade de cada nicho, cada empresa, cada tópico é muito específico [...]” “No sentido de que o ChatGPT não consegue com efetividade garantir o nosso tom de linguagens da comunicação, o nosso tão próprio da marca. Nossa marca tem um tom muito próprio e acho que o ChatGPT não consegue, obviamente, chegar a esse tom com tanta facilidade, porque é, obviamente, muito mais genérico.”
P2	Curva de aprendizagem e questões de confidencialidade	“Eu acho que é uma aprendizagem contínua, por exemplo, ainda agora acho que não tiro o proveito total de todo, da ferramenta. Por isso, para mim, a dificuldade passa pelas questões de confidencialidade, há coisas que não se podem, que não

		podemos disponibilizar à ferramenta. É ter tempo para estar a par mais um bocadinho.”
P3	Falta de personalização nos textos	"Nossa marca tem um tom muito próprio e acho que o ChatGPT não consegue, obviamente, chegar a esse a esse tom com tanta facilidade, porque é, obviamente, muito mais genérico."
P4	Restrições de acesso e limitações da versão gratuita	“Eu acho que seria ótimo se fosse tudo gratuito. No nosso caso, que não temos o plano Premium de nenhuma das aplicações, tem um limite para esse uso. Isso acaba que é uma dificuldade, porque, às vezes, a vontade e a necessidade de usar é maior do que aquilo que é possibilidade dessas aplicações. [...] Às vezes a tradução é péssima. Às vezes a transcrição está péssima, e você acaba demorando o mesmo tempo para editar aquilo do que fosse fazer de raiz. Então é falível. É bem falível.”
P5	Problemas de confiabilidade e inconsistência do conteúdo	“No meu contexto em particular às vezes é conseguir tornar inclusivo o que estamos a fazer para alguns pares que não usam [...] perdemos muito tempo a explicar aquilo que estamos a fazer [...] Eu peguei um poema que estava em português e pedi para o ChatGPT identificar o autor. E o autor que me deu era errado. E depois experimentei mais tarde o mesmo poema, e ele deu-me um autor diferente [...] então o grande problema que eu

		tenho, depois, é garantir e rever tudo o que o ChatGPT diz. Eu não confio no que ele me dá a nível de conteúdo.”
P6	Dificuldades na produção de notícias e verificação das informações	“Eu testei com o ChatGPT para a produção de notícias, partilhando outras notícias ou que foram escritas por mim ou por alguém da equipa, e pedi que escrevesse uma notícia com uma linguagem muito parecida [...] Nem sempre a informação depois saiu a mais correta. Aconteceu-me, eu estava a fazer um trabalho e precisava de uns artigos sobre um determinado tópico e perguntei ao ChatGPT que artigos é que surgiria. E ele sugeriu-me artigos com situações específicas [...] depois percebi que de facto tinham sido artigos em situações que foram geradas pelo próprio ChatGPT.”
P7	Dificuldade de acompanhar a variedade de ferramentas disponíveis	“Acho que neste momento, a questão do contexto faz com que tenhamos que estar bastante atentos aos resultados que nos fornecem. [...] Tenho dificuldade em acompanhar todas as ferramentas que eu poderia estar a usar e não estou a usar. Porque uma vez tanta coisa, tanto software que surge, etc., haverá outros tantos que poderiam ser úteis e eu ainda não sei [...] se calhar até mais dificuldade em não saber as que estou a perder do que as que estou a utilizar.”

Anexo I

Prompt utilizado para a criação do curso:

Com base nos tópicos abordados nas entrevistas e nas tendências identificadas, qual seria uma proposta de estrutura curricular para um curso simples voltado para a capacitação em IA generativa para comunicação e RP?

Resposta do ChatGPT:

Proposta de estrutura curricular para um curso simples, direcionado à capacitação em IA generativa para profissionais de comunicação e relações públicas, elaborada a partir dos tópicos e tendências identificados nas entrevistas:

1. Objetivos do Curso

- **Capacitar** os profissionais para compreender os fundamentos e aplicações da IA generativa no contexto da comunicação e RP.
 - **Desenvolver** habilidades técnicas e estratégicas para a utilização ética e eficiente das ferramentas de IA.
 - **Incentivar** a reflexão sobre as implicações institucionais e os desafios do uso da tecnologia, incluindo a normatização e a transformação do mindset profissional.
-

2. Estrutura Curricular

Módulo 1: Introdução à IA Generativa

- **Conteúdo:**
 - Conceitos básicos de inteligência artificial e IA generativa.
 - Evolução histórica e tendências tecnológicas.
 - Panorama do uso da IA no setor de comunicação e RP.
- **Objetivo:**
 - Contextualizar os participantes quanto às origens, potencialidades e limitações das tecnologias de IA generativa.

Módulo 2: Fundamentos Técnicos e Éticos

- **Conteúdo:**

- Funcionamento básico das redes neurais e algoritmos geradores de conteúdo.
- Questões éticas e de integridade na utilização da IA (risco de desinformação, viés e “alucinações”).
- Princípios de transparência e responsabilidade no uso das tecnologias.
- **Objetivo:**
 - Capacitar os profissionais a identificar desafios técnicos e éticos, promovendo uma postura crítica e fundamentada na prática.

Módulo 3: Normatização e Orientação Institucional

- **Conteúdo:**
 - Estabelecimento de parâmetros e diretrizes institucionais para o uso de IA em comunicação.
 - Discussão sobre normatização: limites do uso, parâmetros de qualidade e segurança da informação.
 - Estudos de casos e regulamentações aplicáveis.
- **Objetivo:**
 - Fornecer subsídios para a criação ou aprimoramento de políticas internas, garantindo o uso consistente e ético da tecnologia.

Módulo 4: Aplicações Práticas e Oficinas de Autoexploração

- **Conteúdo:**
 - Demonstração de ferramentas e plataformas de IA generativa.
 - Atividades práticas: criação de conteúdos, simulações e exercícios de adaptação de prompts para diferentes contextos.
 - Exploração da interface e funcionalidades, ressaltando a intuitividade e os limites das soluções.
- **Objetivo:**
 - Permitir que os participantes desenvolvam competências práticas por meio da experimentação e da prática orientada, conciliando a formação formal com a autoexploração.

Módulo 5: Especificidades do Uso em Comunicação e RP

- **Conteúdo:**

- Adaptação da IA generativa aos desafios específicos da comunicação institucional e das relações públicas.
- Desenvolvimento de estratégias comunicacionais que integrem o uso da IA sem comprometer a criatividade e o papel humano.
- Análise de casos reais e boas práticas de mercado.
- **Objetivo:**
 - Direcionar os conhecimentos para a aplicação prática no campo da comunicação, considerando as particularidades do setor.

Módulo 6: Transformação do Mindset e Impacto no Mercado de Trabalho

- **Conteúdo:**
 - Reflexões sobre o medo de substituição e a mudança de paradigma profissional.
 - Debate sobre a automação, o alívio de cargas operacionais e a complementaridade entre humano e máquina.
 - Estratégias para desenvolvimento de resiliência e atualização contínua.
- **Objetivo:**
 - Preparar os profissionais para uma transição adaptativa, destacando a importância de uma postura proativa e de atualização constante.

Módulo 7: Planejamento Estratégico e Avaliação de Resultados

- **Conteúdo:**
 - Desenvolvimento de planos de ação para a implementação da IA generativa nas rotinas de comunicação.
 - Métodos de avaliação e mensuração dos impactos das tecnologias na produção de conteúdo e nas estratégias institucionais.
 - Feedback e discussão de resultados práticos obtidos durante o curso.
- **Objetivo:**
 - Capacitar os participantes a planejar e executar estratégias de integração da IA, com foco na eficiência, mensuração de resultados e melhoria contínua.

3. Metodologia e Avaliação

- **Metodologia:**
 - Aulas expositivas e interativas para o embasamento teórico.
 - Oficinas práticas e laboratórios para a exploração das ferramentas.
 - Estudos de caso e debates para estimular a reflexão crítica.
 - **Avaliação:**
 - Participação em discussões e atividades práticas.
 - Desenvolvimento de um projeto final que integre os conceitos aprendidos, adaptado à realidade de comunicação e RP do participante.
-

Anexo J

Tabela J 1. Impacto da IA para os profissionais

Entrevistados	Tema	Exemplo de citação
B2, B3, B7, P3, P6, P7	Adaptação e atualização profissional	B2: "...é algo que veio para ficar e que vai ficar cada vez mais restrito para quem não souber usar." B3: "Se você não se atualiza, ... você essencialmente ficou obsoleto."
B5, B6, P2, P7	Resistência ao uso da IA	B5: "Eu acho incrível que tenha gente que não use." B6: "Não acho que é legal ficar resistindo... não vai e muito longe."
B2, B5, P5, P7	Impacto na dinâmica de trabalho (operacional vs. estratégico)	B2: "...as pessoas que se restringirem a fazer atividades extremamente operacionais terão sua posição ameaçada." P5: "É muito difícil substituir a criatividade com uma artificial."
P4	Integração 'invisível' da IA em ferramentas	P4: "A IA já está incorporada até em interfaces, em softwares

		que a gente usa, na Microsoft, e que a gente nem dá conta que aquilo está lá.”
B1	Checagem e qualidade da informação	B1: “...o que a gente comunica, a produção de dados da assessoria, a gente comunica dados primários... não pode jogar ali um produto sem passar por essa checagem.”
B4, B7	Incerteza sobre previsões futuras	B4: “Não podemos dizer que determinados postos de trabalho não vão continuar existindo por conta da IA.” B7: “Não consigo fazer uma previsão...”

Fonte: Elaborado pela autora.

Anexo K

Este trabalho foi realizado com suporte da ferramenta ChatGPT, versão ChatGPT 4o e ChatGPT o1 na conclusão das seguintes tarefas, com os seguintes prompts:

1. - Tradução de textos:

Traduza o seguinte texto do português para o inglês: XXXXX

2. - Elaboração de tabelas de forma mais ágil:

Com base nos dados fornecidos, elabore uma tabela com X colunas e Y linhas.

3. - Criação de arquivos extensão .ris para otimização de espaço na ferramenta Zotero:

Gere um arquivo em formato .ris com o seguinte documento, para ser utilizado no Zotero.

4. - Pesquisa Bibliográfica:

Me ajude a localizar o artigo/publicação com o tema XXXXX

5. - Brainstorm:

Me ajuda a pensar melhor sobre o seguinte assunto: XXXXXXXX

6. -Otimização da grelha de análise (conforme já exposto):

Transforma as perguntas em dimensões, categorias e subcategorias para análise de conteúdo? (a íntegra dos guiões foi colada abaixo)

Poderia gerar uma grelha com essas informações?

Todo conteúdo gerado via ChatGPT foi posteriormente revisado e editado.

Anexo L

Transcrição das entrevistas

[Entrevistado B1]

Cargo: Coordenadora de Conteúdo

Área de atuação: Governo

Sexo: Feminino

Idade: 38 anos

Experiência Profissional: 14 anos

País: Brasil

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] E foi bom você ter conversado comigo porque pelo seguinte eu ainda não mergulhei nesse universo. Por exemplo eu não tenho o programa. Eu ainda não me cadastrei no site. Eu chamo... o nome é GPT, eu chamo de GPD também, não? Até me confundo. Eu sei como é que funciona, tenho uma noção, mas acho interessante, até. Eu ainda não utilizei este pra comunicação, mais assim, usei algumas outras ferramentas. É claro que eu utilizo não necessariamente esse site, mas eu acabo usando uma linha diferente, diretamente na transcrição de áudios, não é? Para ter mais rapidez. E é muito rápido. Então é uma ferramenta de inteligência que a gente utiliza pessoalmente. Eu utilizo a transcrição a tradução de idiomas também. Nas minhas buscas, eu tenho visto que lá no Google a primeira coisa que vem é o conteúdo de

inteligência artificial. E aí às vezes eu acabo consultando esse compilado, mas é o máximo que eu utilizei até hoje, assim de inteligência artificial.

[Pergunta 2] E o que que você entende por inteligência artificial?

[Resposta] Assim, de um modo geral, eu entendo trazendo aqui para minha área, para nossa área aqui da comunicação, eu entendo a criação de conteúdo que não é feita por pelo humano. É uma ferramenta que pega o conteúdo já existente e elabora esse conteúdo com o comando humano, com comando ali do profissional.

[Pergunta 3] E quando se fala inteligência artificial ou generativa, o que que a primeira coisa que vem na sua mente?

[Resposta] Esse conceito está muito comum, não é? Assim generativa é eu te confesso assim que não tem resposta certa. Não sei... Eu preciso até me ligar mais. Assim, eu escuto muito falar nisso. É uma criação e vem um conceito de criação.

[Pergunta 4] E o que que te levou a não adotar ferramentas de Inteligência Artificial Generativa? Você disse que você usa algumas ferramentas de IA no seu dia a dia, certo? Mas o que que te levou a não adotar ainda ferramentas de inteligência artificial generativa foi uma opção pessoal sua?

[Resposta] É uma opção pessoal baseada na confiabilidade. Eu ainda não confio no conteúdo gerado, no conteúdo criado pela Inteligência artificial. E aí, claro, tem o meu trabalho, e hoje é um trabalho que eu dou conta de fazer a função de checagem com a minha capacidade e a minha inteligência ali, com os métodos que já estamos acostumados. Então eu não utilizo a ferramenta nesse sentido de facilitar o meu dia a dia, por exemplo. Ah tem lá algumas respostas e eu preciso fazer uma síntese daquelas respostas para colocar no texto. Eu mesma leio ali rapidamente e elaboro isso. Ou eu utilizo um alguém da equipe. A gente faz muito isso. A nossa revisão. A elaboração de uma resposta para a imprensa, um textinho... Eu prefiro continuar utilizando o meu

conhecimento. O que eu vejo é que alguns colegas utilizam IA Generativa de uma forma prática ali para facilitar. Pedem para a inteligência artificial gerar o texto e só revisam. É uma opção pessoal. Mas eu continuo preferindo exercitar a minha capacidade de elaborar o texto de fazer a construção, de fazer as minhas escolhas.

[Pergunta 5] E essas ferramentas que vocês usam para transcrição e para a tradução foi uma proposta da organização ou foi uma decisão da equipe de vocês mesmo?

[Resposta] Quando a gente precisa, vamos até essas ferramentas para facilitar nossa vida. É muito mais uma decisão do profissional, da equipe. Não tem, por exemplo, uma normativa vindo, uma orientação no caso do governo do Brasil para as assessorias, dizendo, por exemplo, para utilizem o Google como ferramenta de busca de pesquisa. Sem uma recomendação de algumas ferramentas, a escolha acaba sendo uma decisão do próprio profissional. Eu utilizo uma que o Google disponibilizou para jornalistas, outros colegas vão utilizar outro o site para transcrição. Tem quem já utilize o próprio WhatsApp. O Telegram então... E bastante utilizado hoje. No momento, está muito dentro da decisão do profissional.

[Pergunta 6] E você já pensou em utilizar ferramentas de inteligência artificial generativa no futuro? Vou dar o exemplo aqui do GPT, que a gente tá falando sobre ele desde o início. Assim em algum momento eu já pensou no futuro. Olha se isso aqui mudar, eu passo a utilizar ou você pensa assim? Melhor não.

[Resposta] Eu não rechaço, eu não sou contra a ferramenta. Só que a minha decisão é que por enquanto eu tenho conseguido fazer essa gestão. Eu utilizo em algum momento quando está mais corrido aqui. Eu não descarto a possibilidade de usar, mas eu tenho um olhar crítico para o uso dessa ferramenta. Eu acho que ela tem que ser utilizada como um suporte ali para facilitar o meu trabalho, não como uma substituição do meu trabalho. Eu acho que ela tem que ser um facilitador por exemplo, para fazer a transcrição eu vou gastar horas transcrevendo uma sonora de 10 minutos. Eu jogo lá na ferramenta e depois eu só acompanho o áudio revisando. Então isso facilita muito a

minha vida nesse sentido. Mas não como uma algo principal ou algo para eu ficar lidando com frequência, só passando o comando para ferramenta. Eu penso muito mais como uma ferramenta acessória, de suporte.

[Pergunta 7] De modo geral, eu sei que a realidade da comunicação em governo, ela acaba sendo bem diferente da realidade da comunicação e organizações privadas, mas modo geral assim do que você já ouviu ou do que você já vivenciou, qual que é a sua percepção?

[Resposta] Assim geral sobre o uso de inteligência artificial na área da comunicação e de relações públicas geral, tanto na pública quanto na privada eu acho que tem crescido. cada vez mais vem sendo adotadas, não só na área da comunicação. Eu tenho colegas do direito que usam. Tem uma amiga minha que é da área jurídica e ela já tem utilizado. E área de saúde também já tem utilizado, então eu acho que está em expansão na área de design, de criação de fotografia. Eu acho que está em expansão. Tem cada vez mais crescido e eu acho que essa inteligência também tá se aperfeiçoando até por isso trazendo aqui para nossa área, me colocando aqui como comunicadora, a gente tem que estar aberto a essa nova ferramenta, que é uma realidade que vai vir para ficar. É o futuro. Só que eu acho que tem que ser utilizada com inteligência com o pensamento crítico. Por exemplo, para os meus Estagiários que eu recebo da Universidade eu sempre digo para eles que na área de comunicação a gente vai ter ferramentas, assim como a gente teve o Google que foi um buscador ali gigante e que revolucionou só que não substitui as ferramentas básicas de uma profissão, que é o que faz um bom profissional. No caso do jornalismo, é a checagem, você ter uma boa escrita, você tem uma boa apuração. Eu acho que isso a inteligência não vai substituir, sempre vai precisar de um profissional para revisar aquele texto. A gente pode utilizar a inteligência a nosso favor, mas eu sei também que isso depende de cada profissional e vai de pessoa para pessoa, porque tem gente que vem utilizando a inteligência artificial de forma deliberada, às vezes sem essa checagem. E aí cometem erros. Às vezes erros muito importantes. Eu que eu acho que nós, como comunicadores, como profissionais de relações públicas, de assessoria de imprensa, tem que ter esse crivo tem que ter essa crítica, porque o que a

gente comunica, a produção de dados da assessoria, a gente comunica dados primários. A gente é fonte primária de informação. Então a gente não pode ir na pressa ou na pressão e jogar ali um produto, uma informação, a produção de um conteúdo para o chat ou para uma inteligência artificial sem passar por essas checagem nossa e colocar a disposição do público, porque daí você pode cometer equívocos.

[Pergunta 8] Então, dentro desse cenário, que aspetos ou funcionalidades que você enxerga, como sendo assim mais promissores no uso de inteligência artificial dentro do contexto de comunicação e de relações públicas?

[Resposta] Eu gosto da ideia de você utilizar como uma ferramenta acessória, como eu disse, por exemplo, é fazer resumo uns buscas em relatórios grandes, buscas de dados, checagem. Mas sempre esse produto que a inteligência te entrega, tem que ter essa avaliação, esse olhar crítico do profissional. Vou te dar um exemplo: A inteligência artificial, a tendência é que ela se especialize. Mas durante muito tempo ela ainda vai ter os seus erros, as suas falhas. Então por exemplo, a gente coloca uma série de relatórios de governo na IA. Qual o impacto de tal medida do governo? Ela pode trazer um impacto errado, sei lá 10.4 milhões ela pode ler 104 milhões. Então, se eu tô fazendo a gestão dessa informação e eu não tenho noção dessa informação, de qual que é um possível impacto da medida. Eu posso reproduzir um 104 milhões que tem uma diferença crucial de 10,4 para 104, então trazendo aqui para minha área, que é uma área de economia, os nossos números são sempre muito grandes. A gente tem que ter muita atenção aos nossos números, então não dá para a gente utilizar a ferramenta assim, de qualquer jeito. A gente tem que ter uma noção. Então esse pensar o conteúdo, checar a informação, ter noção, está por dentro da pauta. É algo que a ferramenta não supre. Eu vejo a utilidade dela em trabalhos mais mecânicos, como uma decupagem de áudio, uma tradução, um levantamento de dados ali, uma peneira, um pente fino, um resumo, só que sempre isso tem que passar por uma checagem.

[Pergunta 9] E sobre os aspetos que seriam mais preocupantes, assim mais problemáticos. Você já até citou um, que seria a falta de acurácia nas respostas da IA? Ou tipo um dado que veio errado. Além disso, você consegue pensar em mais alguma coisa que possa ser um problema em termos de uso de inteligência artificial?

[Resposta] Por exemplo, você pode ter questão de plágio porque a IA faz um pente fino ali de assuntos. E se eu uso aquilo ali, eu posso estar a copiar ideias. Sem autoria, sem fonte de informação, eu posso ter dado errado, eu posso ter conceitos errados, isso é muito comum ainda. Então é por isso que tem de ter o profissional que está operando aquela inteligência. E tem de utilizar ela como um acessório de fato, não para substituir um trabalho, para a IA fazer um texto por mim aqui porque eu tô fazendo outra coisa, e aí ela já adianta meu lado, nesse sentido. Eu acho que se o uso for por esse caminho, nós vamos cometer muitos erros.

[Pergunta 10] E fazendo um exercício de futurologia. Como é que você enxerga o futuro da inteligência artificial? E da comunicação? O que que você acha que poderia acontecer daqui a um tempo?

[Resposta] Eu nem vou falar daqui alguns anos, porque está tudo muito rápido. Mas, assim, além dos que nós vemos hoje, de criar textos, de criar relatório, transcrição, tradução, o que que mais assim nós poderíamos usar? Eu vejo com um pouco de preocupação tanto no ponto de vista da comunicação quanto do conhecimento que está ligado ali na comunicação. Como disseminam a informação, e trabalham com conhecimento, a perspectiva é de a gente ter algo cada vez mais mecanizado, mais industrializado, uma informação industrial, uma informação que não comunica, que não informa, que é um pouco uma crítica. Eu vejo a tendência atual dos nossos produtos de comunicação. Cada vez mais eles estão compilados. Sabe, acompanhando essa coisa da tecnologia que é para o indivíduo que não tem tempo, que vai consumir ali muito rapidamente. Então são pílulas de informação, segundos de vídeos, e que não informa, que traz só um pontinha ali. Então nesse sentido, eu acho que a IA pode ser um grande aliado para você. Mecanizar para você empacotar ali uma informação sem ser

uma informação mais superficial, sem profundidade, sem contexto. E aí, nesse sentido eu vejo a ferramenta com preocupação, mas ao mesmo tempo eu acho que pode ser uma aliada da nossa profissão enquanto um acessório para facilitar inúmeras atividades, por exemplo, tradução. Eu poderia gastar horas fazendo a tradução de um texto de sei lá de duas páginas. E se eu tenho uma noção do inglês, no site já traduz. Eu vou lá dar uma olhada, é isso aqui, já me facilita.

[Pergunta 11] Se você tivesse hoje que classificar ou qualificar os profissionais que fazem uso deliberado de inteligência artificial, não necessariamente só para produção de texto, mas que usa essa ferramenta na rotina de trabalho. Assim, com frequência. Como é que você enxerga esse tipo de profissional dentro do escopo de comunicação e RP?

[Resposta] Assim... Eu sou mais conservadora, é que eu ainda não adotei a ferramenta, e eu olho para ela com moderação. Eu vou dar até um exemplo real que aconteceu com dois colegas: eles estavam com muitas respostas de áreas diferentes para compilar. Eles colocaram lá e o ChatGPT deu uma resposta perfeita para responder a imprensa. Eu falei, “olhe, tomem cuidado, chequem bem se é isso mesmo”. Eu vejo com um certo receio, mas eu tô ali no meio, no meio termo. Eu também acho que é importante a gente se abrir, porque por exemplo o Google, eu utilizo o Google como referência sim. Veio e revolucionou, não é? Ajuda muito os jornalistas na busca e tudo mais, mas tem que ser usado com um olhar crítico. Porque também tem muita informação inverídica ali e tal, é usado por Todos. Tem que ter esse olhar meio pé no freio, sabe? Mas eu diria que eu olho a IA com moderação

[Pergunta 12] Você tem alguma preocupação específica, além das que você já pontuou como perda de controle sobre o processo criativo? Questão éticas? Enfim, você gostaria de ponderar de pontuar sobre a inteligência artificial?

[Resposta] Eu tenho, eu tenho uma preocupação com relação a criatividade, porque eu acho que a inteligência artificial me dá um texto ali dentro de um de um padrão de inteligência artificial. É um texto muito parecido e eu consigo hoje é ter esse olhar também para as fotos, os bancos de imagens. Claro que agora está sendo obrigatória a identificação de IA, mas um pouquinho antes, até acho que nos momentos que não tinha tanto isso eu já conseguia bater o olho e falar hum.... Você usou inteligência artificial? Isso aqui não é foto, sabe? Então eu vejo com preocupação essa questão da criatividade profissional, de você ter um texto autoral. O meu texto nunca vai ser igual ao seu. A IA não vai saber essa coisa do estilo do texto. E aí eu tenho receio medo da inteligência artificial deixar tudo igualzinho. Que tudo fique padronizado. O que eu acho que é ruim. No do ponto de vista da informação, questões éticas, questão de segurança da informação, de segurança do dado. Então é por isso que eu de novo eu bato no na mesma tecla tem de ser utilizada como moderação, com cuidado. E aí por exemplo, é o que que eu observo também para o mercado. Eu vejo que algumas empresas privadas aqui no Brasil estão colocando orientações para seus profissionais para o uso de inteligência artificial. Acho que é o caso do Jornal Nacional, por exemplo. A Globo andou divulgando um comunicado inserindo a inteligência artificial, o uso da ferramenta. E aí? Eu tava um dia desse até conversando com colegas, a gente ainda não recebeu nenhuma orientação e nem sei se teremos do governo? Da Secom aqui do Brasil para as assessorias de imprensa de governo. Não teve assim o que noto, enquanto profissional de comunicação, eu acho que esse é um tema que tá aí, a gente tem que olhar para ele, tem que discutir. Pode até ser que tenha alguma discussão ou orientação a respeito, mas ainda não tinha passado por mim. Mas eu ainda não participei de nenhum seminário promovido pelo governo do ponto de vista da comunicação para a gente discutir esse tema para assessorias de comunicação pública. Como é que fica? O que que é recomendável? O que que não é? Também não vi nada com relação ao código de ética do jornalismo, do jornalista, se isso vai ser incorporado no código de ética é qual que é a orientação? Eu sei que de modo geral, vale as orientações do código de ética para prática do jornalista, mas eu acho que tá faltando também ter essa discussão assim por essas instâncias. Sabe para a gente ter algum tipo de parâmetro. Porque hoje tá

muito solto, a gente não sabe. A gente não tem uma orientação Clara do que que pode, do que que não pode, porque quer recomendável do que não é. Fica muito em cima do bom senso. Da subjetividade. Da escolha do profissional. Eu sou mais pé no freio, mas tem colegas que não são tão pé no freio assim, e utilizam de forma responsável e tudo mais. Em alguns ele tem gente que vai usar de forma irresponsável. Então tá tudo muito sem parâmetro.

[Pergunta 13] E tem mais alguma coisa que você gostaria de comentar de pontuar?

[Resposta] Não.

[Entrevistado B2]

Cargo: Consultora

Área de atuação: Consultoria e serviços corporativos

Sexo: Feminino

Idade: 43 anos

Experiência Profissional: 20 anos

País: Brasil

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Sim.

[Pergunta 2] Quando se fala em Inteligência Artificial generativa, o que vem à sua mente?

[Resposta] Para mim, inteligência artificial são recursos digitais que nós podemos utilizar para facilitar o dia a dia, principalmente para atividades muito operacionais. Elas podem ser usadas também para atividades mais complexas, mas para atividades mais complexas, eu acho que a proporção de utilização é menor do que inteligência natural, então para atividades operacionais a inteligência artificial tem um papel bem importante aí, pelo menos nesse princípio de adoção.

[Pergunta 3] E quando você fala a inteligência artificial generativa?

[Resposta] É que vai criar alguma coisa sozinho.

[Pergunta 4] E Há quanto tempo que você vem utilizando a inteligência artificial ou a inteligência artificial generativa na sua rotina de trabalho?

[Resposta] Tem muito pouco tempo, tem um ano mais ou menos que eu passei a utilizar algumas ferramentas.

[Pergunta 5] E foi uma opção sua ou na época você ainda tava vinculado alguma organização foi motivada pela organização. Como é que foi esse processo?

[Resposta] Foi minha

[Pergunta 6] E em que tipo de tarefas que você geralmente utiliza mais? Conseguiria de escrever algumas?

[Resposta] Recentemente eu utilizei para compilação de ideias. Eu tinha feito algumas entrevistas em profundidade com alguns clientes, eu precisava montar a partir daí uma linha de raciocínio em comum entre todos eles. Então, eu peguei essas entrevistas, coloquei no ChatGPT e pedi que ele trouxesse para mim as ideias em comum que tinham ali. E aí obviamente eu não fiquei fiel que ele me deu. Eu fiz uma conferida. Aí que eu acho que entra o diferencial da Inteligência natural. Não é você aceitar tudo que a

artificial te propõe. Mas usar o ChatGPT nessa tarefa me ajudou muito porque eu teria que fazer tudo isso de forma manual. Então, ele já me trouxe ali uma linha de raciocínio inicial para aquilo que eu precisava construir. E como eu tinha feito as entrevistas, eu conseguia saber se aquilo ali fazia sentido ou não. E consegui identificar também aquilo que era muito repetitivo e fugia do tom de comunicação dos clientes e aquilo que realmente fazia sentido para o trabalho.

[Pergunta 7] E você citou aí agora o ChatGPT como uma ferramenta que você utiliza. Mas tem alguma outra que você gostaria de citar que vem a sua mente?

[Resposta] Assim, além do eu uso uma de transcrição de reuniões deixa eu ver o nome dela aqui... Take Tik. Ela transcreve as reuniões de Google Meet, por exemplo, é uma ferramenta acoplada Google Meet que ela transcreve as reuniões. Mas ela precisa muito de inteligência natural. E isso eu acho que é uma coisa importante para um trabalho que fala de Brasil.... Pois eu não conheço nenhuma inteligência artificial brasileira nativa, então as inteligências artificiais ela vem com DNA principalmente de língua nativa inglesa. Então esse transcritor, por exemplo, ele se confunde muito. Tem coisas que ele não consegue traduzir de jeito nenhum numa reunião. Ele vai pegando coisa semelhantes do que ele tem no histórico dele. Então eu estava assistindo uma aula, por exemplo, que falava Lacan e Joyce e ele transcreveu como uma coisa completamente diferente. Ele juntou as duas palavras e colocou uma coisa que não fazia o menor sentido, então se a gente não tem essa noção de saber o que tá fazendo e entender que a ferramenta tem limitações, você acaba pegando informações que são completamente discrepantes daquilo que você quer.

[Pergunta 8] O que que foi te motivou a usar ferramentas de IA?

[Resposta] Facilitar o meu trabalho e otimizar o meu tempo. Assim, de facto, eu realmente tenho buscado usar essas ferramentas para ter mais tempo livre, então tem muita gente que acaba trabalhando mais, mas eu tô procurando trabalhar menos

mesmo. Então, eu quero ferramentas que otimizem o meu tempo para tarefas que elas conseguem fazer.

[Pergunta 9] Então que os principais benefícios que a IA te trouxe foi te dar mais tempo livre agilizar o trabalho? Tem mais algum benefício?

[Resposta] Agilizar o trabalho é, em alguns momentos, principalmente nesse trabalho que eu citei, que eu precisava compilar essas informações. Ela me trouxe estruturas muito boas, e teve coisa que ficou legal e eu vou usar, coisas que de repente eu levaria, do ponto de vista de otimização de trabalho, muito mais tempo para fazer ou talvez que eu nem tivesse ideia de apresentar o conteúdo daquela forma. Então me traz também ideias novas e isso acho muito bom.

[Pergunta 10] E você sentiu alguma dificuldade no uso das ferramentas de IA? Você entende que essas ferramentas ainda têm obstáculos da usabilidade ou mesmo no que elas entregam?

[Resposta] Eu acho que sim, acho que tem. Eu ainda sou jovem no uso dessas ferramentas. Eu sei que elas podem entregar muito mais, mas eu acho que não é tão intuitivo essas outras entregas que elas podem fazer. E por outro lado, também do ponto de vista de usuário, se a gente não souber o que a gente está buscando, a gente não vai encontrar, não é? Eu tenho visto muitas discussões principalmente no meio acadêmico. Os professores questionando muito alunos utilizando inteligência artificial dentro de sala de aula porque entrega de trabalho e é muito engraçado. Quando eu vejo os textos, a pessoa não sabe nem conjugar verbo e tá querendo usar o ChatGPT. Então não adianta você ir para uma inteligência artificial se você não tem repertório prévio, pois a IA vai te entregar qualquer coisa. Teve um outro momento que eu fui buscar ajuda da IA, quando eu precisei preparar o material de aula e eu fui buscar informações sobre comunicação empresarial no Brasil. Aí entra essa dificuldade. O ChatGPT não é português, não é brasileiro. Ele não tem um repertório vasto dentro da nossa língua e dentro da nossa cultura. Então, quando eu busquei referências de autores brasileiros

dentro da área de comunicação empresarial, ele não indicou ninguém porque ele não conhecia. Então isso foi uma coisa assim, hoje talvez se você colocar lá, pedir para ele listar alguns autores de comunicação empresarial brasileiro, então talvez hoje, se você for buscar alguém, ele vai encontrar. mas o Maurício Tavares, ele não sabia quem era. Então eu acho que para nós, brasileiros, esse é um grande desafio, porque então eu tinha um repertório e eu queria que ele facilitasse a minha busca dentro desse repertório. Então e ele não encontrou. Eu fiquei assim.... Dá para perceber que a base que eles usaram para construir ali não melhorou de lá para cá. Legal e ao mesmo tempo eu acho que um erro primário, porque se ele pode buscar por exemplo você eu não sei como que funciona a tecnologia, mas aí tem estrutura de API com o Google e ele não consultou no Google. Então por que o ChatGPT não trouxe? E eu achei e fiquei chocada. E eu não consigo imaginar assim o que motivou ele não trazer a resposta certa. Mas agora que você já colocou lá ele já aprendeu. Nas próximas respostas ele já vai trazer gente

Eu gosto muito do discurso do povo de marketing da tecnologia. Ah, porque ChatGPT... porque ah... inteligência artificial! Gente, está tudo construído fora! Talvez os nossos pesquisadores precisem olhar para contribuir com essa base de dados. Porque eu acho que não é vergonha nenhuma não querer criar algo, mais construir isso dentro da plataforma que já exista o consumo. Alguma coisa que seja realmente nossa, inspirado naquilo que já está feito porque se não fica limitado o trabalho. E outra coisa também é tem essa limitação, e você acaba perdendo a cultura na hora de construir conteúdo com ChatGPT. Fica muito limitado ao que tem lá de fora. Gente, isso é muito complicado assim a longo prazo. Tipo, se você pensar no jovem e aí em relação a isso, eu tenho todo um discurso político envolvido, de imperialismo norte-americano, que a gente deixa para outra oportunidade, mas não acredita em nenhuma teoria da conspiração. Mas realmente você fica limitado a uma única visão. Então se isso acontece dentro do Brasil que tem uma abertura, que não é um país fechado que é um país multicultural e aceita muito bem aquilo que vem de fora, imagina em países mais fechados. Você não vai encontrar nenhuma referência, sei lá um país muçulmanos sei lá o que vai colocar lá no ChatGPT. Vai encontrar coisas da cultura dele? Eu acho muito difícil

[Pergunta 11] Você sente que tem necessidade de haver um treinamento específico para os profissionais de comunicação utilizarem melhor as ferramentas de IA Generativa?

[Resposta] Eu acho que seria muito bom que tivessem treinamentos para que as pessoas possam entender como realmente aquilo ali funciona. Então, por exemplo, dentro da minha área de atuação, que é Relações públicas, nós vamos escrever um release, por exemplo, de balanço. Não tem mistério. Balanço empresarial é divulgação de resultados, uma vez que você escreveu um, no próximo semestre, você deixa as lacunas abertas e só atualiza. Isso não tem mistério. Talvez você precise primeiro fazer a sua versão para depois você usar o ChatGPT, porque não é só na questão de juntar informações. É o tom da comunicação do cliente, é como executivo fala.... É a cultura da empresa. Então, as informações frias o ChatGPT traz para você. Essas outras coisas não. Então você pode até jogar isso no ChatGPT, mas você tem que ter esse olhar para poder ver se aquilo ali tá construído de acordo com todas esses outros elementos que não são elementos que estão dentro de uma base de dados. Então acho que um treinamento é super importante para isso, principalmente para quem não tem repertório offline. Porque as pessoas da nossa geração têm repertório offline. Mas quem não tem repertório offline, não vai conseguir fazer essa junção dos dois mundos, então precisa sim ter um treinamento, quer falar assim “oh, não é só de dietas e gigabytes que se criam um conteúdo, você tem que ter outras coisas para poder fazer com que esse conteúdo seja pertinente”. Então eu acho que sim, ajuda muito, seria bem importante.

[Pergunta 12] E como é que você vê o futuro dos profissionais que não usam inteligência artificial?

[Resposta] Isso aí seria como querer continuar usando máquina de escrever, com o computador à disposição. Eu acho que é algo que veio para ficar e que vai ficar cada vez mais restrito para quem não souber usar. Vai acabar com uma porção dessas pessoas no mercado de trabalho? Eu acho que não, porque a inteligência natural eu continuo vendo como um fator muito importante durante toda essa construção. Mas assim como

não dá para ser 100% online? Os nativos digitais precisam de uma cultura online para poder juntar as duas coisas. Os nativos offline também precisam. Então assim, negar a existência para mim é de um atraso mental e profissional muito grande. Não faz o menor sentido. Vão continuar tendo os seus espaços? Acho que sim, mas vai ser cada vez mais restrito e talvez não sei como que vai ser a valorização disso, algo que realmente eu não consigo prever, mas eu acho que refutar simplesmente pelo fato de refutar, é uma ação “desinteligente”. Acho que uma ação inteligente é entender como funciona e é aplicada da melhor maneira possível. E isso não precisa ser a principal ferramenta de trabalho dessas pessoas. Então simplesmente “aí, não quero isso aí não serve” é um pensamento muito retrógrado.

[Pergunta 13] Mas a inteligência artificial em si na comunicação, qual que é a sua visão de futuro da aplicação dessas tecnologias na área de comunicação e também e as implicações que você possa ter para os profissionais para o mercado?

[Resposta] De uma maneira geral, eu acho que ela vai estar cada vez mais presente quando se trata de volumetria, porque a gente viu o marketing de performance crescer muito nessa parte de dados, métricas, custo por aquisição e isso tem migrado cada vez mais para área de comunicação. Então eu fiquei dez anos longe de assessoria de imprensa e agora quando eu voltei, eu vi que o Mail (MAX??) Express, que era a principal ferramenta que eu utilizar, porque gerava uma planilha com e-mails e telefones dos jornalistas, hoje é um grande banco de dados que te dá todas as métricas dos e-mails enviados das matérias publicadas do relacionamento com jornalista. Então, toda essa estrutura do marketing digital já veio para comunicação. Então do ponto de vista de futuro da inteligência artificial, ela vai estar cada vez mais presente para aquilo que não necessariamente é estratégico para corporação. Mas que aquilo vemos o exemplo simples aqui vamos anunciar vaga de emprego. A gente tem vagas de emprego e não sei quantas cidades nós precisamos preencher né? Inteligência artificial faz esse tipo de divulgação com o pé nas costas e consequentemente, trazer número de cliques engajamento por número de currículos recebidos. E é para isso que ela serve. Eu não preciso ter uma inteligência humana dedicada a fazer algo que é tão operacional, então

eu acho que cada vez mais ela vai estar presente nisso. O grande problema são as Comunicações estratégicas. Vai ter, por exemplo, a reunião da gestão com o comitê de comunicação, serão as inteligências naturais reunidas, pensando na estratégia, pensando com alguém vai falar... E não vai ser um e-mail, não vai ser um WhatsApp. Vai ser uma ligação que vai resolver o problema e isso a inteligência artificial não vai fazer. Acho que dificilmente vai fazer, então, aquilo que precisar do Olho no olho. A inteligência artificial não entra, mas ela vai estar cada vez mais presente naquilo que for simplesmente volumetria naquilo que for extremamente operacional. Na criação de um relatório de resultados, por exemplo, eu não preciso ter uma pessoa para fazer isso. Vou precisar de uma pessoa para revisar para saber se aquilo que ela gerou faz sentido dentro da estratégia que foi criada lá atrás. Mas eu preciso de alguém gerar isso. Então eu terei alguém que vai falar para a IA “ olha, eu preciso que você compare isso. Eu preciso que você compare aquilo. Eu preciso que estejam de tal forma”. E IA gera. Eu não tenho que gastar horas de um profissional meu que tem algo tão precioso quanto um cérebro humano para ficar fazendo formatação de noite para tentar organizar formatação de planilha sabe? Então eu acho que o futuro da inteligência artificial tá nisso. E quem se restringir a fazer atividades que sejam extremamente operacionais, aí sim terão a sua posição ameaçada. As pessoas que olham de uma forma realmente estratégica para aquilo que elas fazem, trazendo uma inteligência que não pode ser colocada dentro de um computador, essas sim, elas vão e cada vez mais as valorizadas dentro a do ambiente de comunicação

[Pergunta 14] Sobre o uso de inteligência artificial, há algo mais que você gostaria de compartilhar?

[Resposta] Eu acho que é maravilhoso. Eu acho que as pessoas precisam usar de uma forma inteligente. Não tem essa de ter medo, de “ai... vou perder meu emprego, não sei o que”. É utilizar de uma forma que faça sentido e que não seja banal. E assim, não dá o golpe com a inteligência artificial. Sabe porquê? A não ser que seja uma outra pessoa informada, ela não vai perceber. Mas se a pessoa tem essas duas fontes de informação, que é o offline e o online, ela vai conseguir perceber quando aquilo ali foi gerado

simplesmente por inteligência artificial. E não é inteligência artificial que vai ganhar o jogo. É a junção da inteligência artificial com a natural. E eu acho que a artificial sem a natural não funciona, mas eu acho que a inteligência natural ainda consegue se sobressair à inteligência artificial, só que do ponto de vista de volume de agilidade, a artificial ganha. O que eu realmente acho é que o melhor dos mundos é a junção das duas coisas de forma inteligente.

[Entrevistado B3]

Cargo: Executivo de Comunicação Externa e Imprensa

Área de atuação: Concessionária de energia elétrica

Sexo: Masculino

Idade: 37 anos

Experiência Profissional: 14 anos

País: Brasil

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Sim.

[Pergunta 2] E o que que você entende por inteligência artificial?

[Resposta] Entendo como uma ferramenta de auxílio. Eu me incomodo muito com as tecnologias que são sobre inteligência artificial. Eu sei, obviamente, que existe a inteligência artificial generativa, e da importância dela para determinados meios e para muitas finalidades. Mas para a área de comunicação em especial, eu vejo é a inteligência

artificial como meio não como fim, vejo como auxílio. Mas entendo, claro, que é uma ferramenta importante para muitas profissões como a comunicação, inclusive, mas é vejo mais como uma ferramenta meio, não muito como uma ferramenta feita para comunicação.

[Pergunta 3] E quando você escuta falar sobre inteligência artificial generativa que você até citou aí o que é que vem primeiro na sua mente?

[Resposta] Vem a criação de conteúdo com qualidade final. E se assemelha com, pelo menos passa a ser próxima, de uma atividade que o profissional humano pudesse realizar. E aí eu tô falando das mais variadas atividades, desde a produção de um questionário ou de uma pesquisa ou de textos mais complexos ou de imagens de vídeos, e ou até mesmo reprodução de vozes. A gente pode hoje com a IA generativa limitar aqui, pegar um texto da minha voz, colocar numa outra pessoa, ou colocar em mim mesmo sem ser o mesmo ponto de veículo por exemplo. Então, a inteligência generativa ela é totalmente poderosa.

[Pergunta 4] E você usa a inteligência artificial generativa nas suas atividades?

[Resposta] Eu tive um curso de inteligência artificial ensinando como manejar e como usar para que você pudesse fazer o bom uso de fato, muito direcionado, que foi um curso voltado para jornalistas. Então não uso como uma ferramenta produtora, mas uso, por exemplo, tô com uma ideia, preciso fazer um plano de comunicação do qual eu preciso trazer exemplos ou preciso trazer um material bastante denso. Então, eu uso como uma espécie de brainstorming para me trazer ideias para que eu possa preparar esse material, mas nunca como produtor de conteúdo final.

[Pergunta 5] Tem muito tempo que você começou a usar ? Você tem ideia assim de quando foi coisa começou?

[Resposta] Aconteceu um ano e meio um ano e 8 meses mais ou menos. Eu acho que desde o boom do ChatGPT, que foi.... acho que 2022 e acho que ele é anterior. Mas aqui no Brasil, especialmente, eu acho que houve um barulho maior sobre o ChatGPT e inteligência artificial, com toda essa discussão, acredito em 2022. Então, desde 2022 é que eu me interessei um pouco a ler sobre o tema, entender sobre o que é, especialmente o ChatGPT, que é, enfim, para mim não é uma das melhores ferramentas, é só mais uma. Acho que todo mundo começou a usar uma versão gratuita do ChatGPT para entender o que era. O que faz, como fazer, e o que gerou bons resultados e coisas muito ruins. Então acho que tem aí uns oito meses, dois anos, no máximo.

[Pergunta 6] E foi uma opção sua ou foi uma política da organização onde você trabalhava na época?

[Resposta] Essa capacitação e adoção das ferramentas no início foi uma discussão que a gente levantou na agência sobre inteligência artificial. Como ela poderia otimizar o trabalho da agência? Porque quando eu estava naquela função, muita coisa surgiu nessa época, então a gente internamente discutiu, obviamente entre as lideranças, como que a inteligência artificial poderia nos poupar tempo. Então como ela pode te poupar tempo? Te dando ideias, te ajudando a construir raciocínios a criar pontes a ligar uma coisa à outra, e por exemplo, ela pode te ajudar muito até com ideias de cálculo, não é? Quando você coloca determinados comandos, determinadas palavras-chaves, ela faz algumas buscas. Ela te entrega, por exemplo, um mapa de calor sobre esse tema que tá com foco nisso, mas por este ponto de vista ainda não. Então você percebe que ali talvez haja um terreno para você ganhar e você passa a pensar em pautas. Tô falando em falta, por exemplo, a partir daí, então a gente começou a usar. Enfim, internamente dessa forma e de maneira muito moderada, porque a gente sabia, e porque isso da liderança desce para a linha de frente, que são os assessores Imprensa. Então no dia a dia, é muito mais difícil porque quase não tem tempo. Então não tenho tempo sequer para poder estar com o cliente, quem dirá correr atrás da Imprensa. Então como que eu vou parar para perguntar para a inteligência artificial? O que que é bom, o que que não é. E aí você começa a entender mais ou menos quem pode se interessar, inclusive, para quem é

direcionada a inteligência artificial. Então essa foi a organização que tomou essa decisão de “Vamos usar como for necessário. Apresentamos para tudo aqui que nós temos. Quando for necessário, vocês podem recorrer, mas vamos atrás de um curso de capacitação, ver o processo com um pouco mais de profundidade, entender o que é IA e especialmente, como utilizar de maneira muito mais assertiva.

[Pergunta 7] Foi uma decisão sua escolher em que tipo de tarefas ou atividades você utilizaria a IA?

[Resposta] Eu acho que a inteligência artificial te dá algum subsídio para você seguir com algumas coisas. Então quando eu usei aqui para um brainstorming, eu acho que é exatamente isso. Quando você por exemplo, hoje eu tô num cargo de liderança e é em uma área onde a gente ainda está estruturando a equipe ainda com poucos braços. Eu nunca usei e não se usa a inteligência artificial como ferramenta finalística. Mas por exemplo, preciso entregar um plano de comunicação para determinado projeto. Então eu vejo ela ali com o brainstorming. Ela me dá diretrizes: isso existe, isso não existe.... Isso existe por esse caminho por esse viés.... E começo a construir meu plano a partir desses olhares. E claro, não somente. Eu mesmo também fazendo as minhas pesquisas, do que tem na área, onde pode haver terreno para me dar boas informações. Mas obviamente, aí a faz um apanhado muito geral, muito rápido te dar esse subsídio não necessariamente vai ser bom na maioria das vezes. Mas com comandos certos, eu acho que você consegue dando bom direcionamento.

[Pergunta 8] Tem alguma outra ferramenta além do ChatGPT que você lembra de ter usado ou que usa atualmente?

[Resposta] Eu acho até um pouco melhor e o Google Bart. Também acho interessante é o ChatGPT que foi evoluindo. Acho que todo mundo talvez tenha pensado em usar. Talvez a última versão do ChatGPT. Mas essa eu ainda não usei. Ainda não uso porque, assim complicado. Não posso assinar. Então calma aí, mas eu achei assim que é uma versão super atualizada. Super Interessante! Muito melhor do que essa versão Popular

e grátis de acesso na internet. Mas eu acho que o ainda entrega uns resultados mais ou menos corretos. Eu acho que você ainda costuma encontrar muitos e muitos erros e informações da inteligência artificial. Então por mais que você use como subsídio é preciso ter uma leitura muito de pé de página. Muito atenta porque pode cometer milho. Vamos por tá usando uma ferramenta que é para te dar um subsídio né? Por esses erros propriamente existem porque a gente está falando de algo que é criado a partir de milhões de informações cruzadas e algoritmos.

[Pergunta 9] Você falou que teve esse movimento da sua organização para trazer a IA para dentro do trabalho, de autorização de incentivo e tudo mais, mas que foi uma opção bem pessoal sua continuar utilizando e qual foi a principal motivação que você teve para continuar usando a inteligência artificial. Você consegue pensar assim? Três motivações básicas?

[Resposta] Três motivações básicas? Eu acho que a três motivações básicas primeiro saber usar fazer o curso foi essencial para poder porque eu tinha muita. Então eu falava “ah... é assado” e fazer um curso me deu meios e agora sei usar melhor. Claro, não foi um curso super extenso. Foi um curso no período de uma semana. Então não me lembro da carga horária. Acho que eram três horas por dia, talvez. Mas já foi o suficiente para poder saber analisar melhor o uso. Eu diria que a depender da situação, me economiza um pouco de tempo hoje. A gente sabe que jornalistas essencialmente trabalham em equipes, absolutamente reduzidas e com acúmulo de tarefas. Então te ajuda a reduzir tempo. Por exemplo, se eu tiver que apresentar um projeto, um plano de marcas pessoal para um CEO para um grande executivo, eu preciso apresentar a partir de uma pesquisa aprofundada de exemplos. Olha a sua marca pessoal, pensei que ela dentro que a gente deva construir dessa maneira, porque pessoas nessa mesma posição estão dizendo isso. Então outras pessoas desta posição comentam isso então é apresentar case, etc. Então ela faz isso com um tempo muito menor. Talvez um recorte de LinkedIn, quando eu falo de marca pessoal de posicionamento, etc. Então ela te faz ali esse recorte. Se eu fizer um comando para ela, eu preciso aqui de 30 exemplos de 30 profissionais do Brasil do mundo, sobre o que eles falam sobre o que eles conversam. Faz os temas. Ele se

interessa por que tipo de pessoas e que cargos se relacionam com essas pessoas? Interagem com essas publicações e isso tudo me economiza tempo para poder fazer uma leitura e colocar no papel. De facto, um plano com diretrizes onde pessoas queira fazer uma outra página no LinkedIn, por exemplo. Eu acho que a terceira motivação talvez seria te dar certos olhares que às vezes você não tem por mais bobo que possa parecer. Com todas as ressalvas que eu tenho e com a leitura atenta que sempre faço quando peço qualquer tipo de comando. A minha preocupação é sempre na qualidade.

[Pergunta 10] Você acabou também citando alguns benefícios que o uso da ia trouxe para você. Poderíamos resumir com agilidade na realização do trabalho? Um outro, de repente, seria a facilidade para analisar grande quantidade de dados de informações?

[Resposta] É, isso eu acho que ela organiza informações de maneira muito rápida. Então, por exemplo, nós podemos transcrever aqui essa conversa e colocar na IA. Ela vai me dar um texto completo maravilhoso da conversa que tivemos, isso vai te ajudar na hora de escrever sua dissertação, por exemplo, na hora de escrever sobre sua pesquisa. Inclusive, você tá aqui usando algo que depois vai transcrever e vai te dar isso. Então você vai estar economizando tempo. Isso vai te entregar algo com qualidade. Acho que dos benefícios, eu falei agilidade. Falei de agrupar informações com rapidez. Deixa eu pensar no terceiro... É porque para mim eles sempre se entrelaçam. Talvez seja um pouco duplo falar de agilidade. Mas eu acho que sim. Praticidade. Eu acho que anda um pouco junto da agilidade. Quando você tem um grande volume de informações, que você consegue processá-las e organizá-las, sem ter que sentar e colocar isso tudo no Excel... Eu acho que praticidade é bom sim.

[Pergunta 11] Dificuldades no uso da ferramenta, mesmo você tendo feito o curso. Você enfrentou alguma dificuldade ou teve alguns resultados que não te agradaram?

[Resposta] Você tá comandando uma ferramenta e você precisa dar os comandos corretos, de forma correta, como se fosse um profissional mais experiente dando coordenadas para algo para alguém menos experientes para ele nos trazer um trabalho

x. Me incomoda é saber que é tudo tão moderno, que as pessoas achem que elas (IA) são maravilhosas. A escrita é ruim. É uma escrita muito primária. E olha que tem gente que usa como texto final. Eu tenho medo de quem faz isso, porque o texto é ruim. É um texto não profissional, é um texto, eu diria, às vezes até infantil, com uma construção má, uma construção frasal errada. Eu acho ainda em todas elas, é pelo menos dessas três que eu usei, as principais GPT, o Google e Copilot. Eu acho que questões relacionadas a qualidade de textos são a pior e a segunda, que eu sempre percebo também, erro de informação. Qualquer trabalho, eventualmente quando vou dar inteligência que é a inteligência artificial que me trouxe os dados, as informações, eu sempre faço dupla checagem, terceira checagem. E percebo sempre que tem informações erradas, relacionadas à data, relacionadas a contexto, o que é ainda pior. Porque você errar uma data, ok, você errou. Mas você errar o contexto de uma informação é muito perigoso.

[Pergunta 12] Você entende que fazer um curso sobre IA é realmente necessário para os profissionais de comunicação e RP de uma maneira geral para fazer um bom uso mais conscientes nessas ferramentas?

[Resposta] Eu acho que é obrigatório. Eu acho que a comunicação moderna, essa com a qual lidamos hoje, obrigatório para os profissionais de RP, jornalistas, publicitários.... Enfim, pessoas que trabalham com comunicação de maneira geral. Então não pense que você vá usar IA diariamente, porque não vai. Você não vai usar a inteligência artificial sempre. Você vai recorrer para situações eventuais e determinadas. Mas eu acho que é preciso, e mais do que saber e conhecer, porque tem muita gente que só está ouvindo falar. Você não pode, atualmente, só ouvi falar das coisas. Você precisa sentar, pesquisar minimamente que seja, porque você vai ser cobrado por isso em algum momento, especialmente do mercado. Então hoje, vagas de comunicação, você já vê as pessoas cobrando conhecimentos de um uso de inteligência artificial generativa, então eu acho que você precisa conhecer. É o primeiro passo básico. Todo mundo precisa conhecer porque... “Ah..., mas eu não vou usar.” Mas não é para você usar. É porque você precisa saber para conversar sobre isso com alguém. Se alguém no seu trabalho ou, sei lá, uma

mesa de bar te perguntar sobre esse assunto, você não pode simplesmente não saber o que falar. Então, eu acho que o segundo passo depois de conhecer, você aos poucos, entendendo como dominar como domar e aprender a usar, né? Eu acho que a partir do saber do uso, de como usar melhor, você se identifica melhor pelo uso de fato. Porque, se você coloca uma bobagem, a IA vai te levar a outra bobagem. Se o seu comando for uma bobagem, ela vai ler a essa pergunta como uma bobagem, e a resposta tende a ser pior. Então, quanto melhor for o seu comando, melhor vai ser o resultado.

[Pergunta 13] E como é que você vê o futuro desses profissionais que ainda estão resistentes, que ainda preferem não usar a inteligência artificial?

[Resposta]. Eu acho que a inteligência artificial, ela tá com muitos tentáculos e ela tá imersa em talvez quase todas as áreas do conhecimento. Desde as áreas exatas, engenharias, matemática, física, etc. É química para ensaios, das áreas humanas para enfim, de pesquisa e de textos, etc. Eu acho que ela tá em todas as áreas. Eu acho que há um risco de você tornar-se um pouco obsoleto. Eu acho que você, que é necessário qualquer profissional se atualizar. Eu não acho que é necessário, essencialmente você gostar. Tem muitas coisas da profissão que eu não gosto, mas que eu preciso me atualizar. Eu preciso ser um profissional interessante para o mercado. Eu acho que você se torna interessante à medida que você se atualiza. Então vou dar aqui um exemplo bom, até: “Ah! Eu sou jornalista de jornal impresso”. Você vai morrer junto com ele? Não existe só jornalista de jornal impresso. Existe jornalista e eu acho que a formação de jornalista é generalista como ela é e deve ser. Porque você precisa ter um olhar em especial sobre cada meio e sobre cada construção. É necessário que você seja um jornalista que seja capaz de escrever pro impresso, para uma revista, para o portal ou que você seja capaz de falar em vídeo, eventualmente com televisão, fazer uma gravação para rádio ou para poder fazer uma Live... porque a informação hoje ela tá absolutamente disseminada. Então eu preciso estar preparado para poder colocar o meu telefone no tripé se isso for demandado e fazer uma construção de uma informação ou do que quer que seja para levar a informação de uma maneira diferenciada. Hoje eu, por exemplo no trabalho, eu os meus comandos são para construção de informação

para vários meios com a mesma informação, então aquela informação vai ser escrita para o portal de uma maneira. Ela tem de estar na rede social como post de uma outra maneira e ela tem que estar com uma pessoa falando aquela informação para o público de stories de uma outra maneira. Então, se você não se atualiza, se você não consegue ser multiplataforma, você essencialmente ficou obsoleto. E logo, desinteressante.

[Pergunta 14] Qual que é a sua visão de futuro da inteligência artificial, mais especificamente da inteligência artificial generativa dentro da comunicação. Onde que você acha que você vai chegar?

[Resposta]. Eu acho que tem muito a crescer, eu acho que já é muito grande e que os grandes usam, todos eles. Aí eu tô falando tanto de jornais impressos, revistas, portais de internet e redes sociais. Eu acho que todos usam e não dizem que usam. E como conhecedor da inteligência artificial, eu sei quando é inteligência artificial. É muito fácil de saber que aquela imagem é criada por inteligência artificial. Por mais bem feito que seja, sempre tem algo que te leva para a inteligência artificial, falando de texto. Então, impossível que a inteligência artificial substitua a qualidade do talento do texto, escrito por um jornalista experiente. Não é por mais que ele use subsídios, dados, inteligência, mas eu acho que ela tende a crescer mais. E eu acho que até a medida que vai diminuindo esse preconceito, porque é um preconceito sobre o uso de inteligência artificial. Eu acho que ela tende a crescer muito e a tomar um terreno grande, porque aí ela volta naquele segundo ponto que eu disse lá atrás quando você tem poucas pessoas fazendo muitas coisas num tempo muito pequeno. Então por necessidade de tempo, eu acho que o mercado vai cada vez mais usar inteligência artificial. E usar com sabedoria, usar com mais inteligência, usar com mais qualidade porque o que se vê hoje é um uso ruim. Você vê, por exemplo, capa da revista. Veja sendo feita com IA. É uma porcaria. Eles não têm condições assim de recortar uma forma mais fácil eu fazer no pente e mandar para eles fica mais bonitinho assim, já que você vai usar, usa com qualidade porque é possível. Mas eu acho que existe esse preconceito ainda enorme. Não necessariamente por parte dos Jornalistas. Eu acho que por parte de grandes

organizações, apesar de elas usarem, claro que usam, obviamente com muita parcimônia, e ainda há um gap de aprendizado a ser superado.

[Pergunta 15] Tem alguma preocupação com relação a efeitos questões éticas, questões Morais que você queiram compartilhar? Qualquer coisa que vier à cabeça

[Resposta] Como intelectual e estudioso e Acadêmico, eu sempre me preocupo. Sempre me passa pela cabeça questões de direitos autorais e onde que isso pode chegar, enfim, sempre com isso. Então me preocupa o fato das pessoas querendo se apropriar de absolutamente tudo sem dar créditos. É e sabido que a inteligência artificial é um agrupamento. Na maioria das vezes, um monte de informações. Geralmente tem informações ali que são passíveis de direito autoral. Dependendo da qualidade da inteligência artificial, ela te diz que a informação é passível de direito autoral, mas não é sempre. Ela vai fazer isso porque os erros e os gastos de melhoria da inteligência artificial ainda são grandes. Mas me preocupa. O fato é, das pessoas acharem que tudo pode ser feito... Não. Não pode ser feito. Você não pode escrever uma dissertação por inteligência artificial. Você pode usá-la como meio para te dar subsídios para, inclusive você ter mais tempo para escrever a sua dissertação. Mas você não pode apresentar uma dissertação feita com inteligência artificial, senão você não pode assiná-la. Então, eu acho que não vejo um perigo, talvez, da diminuição da leitura profunda, porque com a corretiva as pessoas tendem... Ah vou colocar aqui, ela me dá um resumo, então não preciso ler o livro. Não. Você precisa ler o livro. É para você ter uma ideia naquele momento porque você não tinha tempo e você não estava com um livro. Você não pode construir um conhecimento sem a base dele, só com um resumo. Então eu vejo muito essa questão da apropriação. Vejo muito. E a questão da superficialidade. As pessoas se aterem à superficialidade do tema e não se aprofundarem em questões porque acham que aquilo ali é o supra sumo da informação. E não é. Assim como tomar uma revista e ler uma informação, não significa que você sabe de tudo, porque não sabe. Então assim, a superficialidade talvez me incomode um pouco por ser uma pessoa que tende a buscar sempre mais profundidade um pouco de tudo. Acho que me incomoda. A questão das especialidades também. Tenho medo até das pessoas é usarem como uma Bengala

eterna. Porque afirmando aqui como afirmei no início, que uso como um brainstorming. Não significa que eu não consigo fazer sem. Eu consigo fazer. Eu só uso para poder ter tempo para fazer aquilo e outras coisas. E sei que se eu for um profissional hoje no mercado, e não ofereça para uma organização para onde eu estiver trabalhando, seja ela pública ou privada, este conhecimento, em breve eu vou me tornar um profissional obsoleto. Então é necessário que você conheça, saiba usar e não fique escravo da inteligência artificial. Eu acho que esse termo é ótimo para inteligência artificial, tal como cigarro, as pessoas quem usa muito inteligência artificial. Eu tenho muitos amigos que usam, em profissões diversas, designer, Engenheiros, etc. Eu acho que ocorre que se viciaram muito, vejo eles com vícios assim, inclusive de linguagem de inteligência artificial.

[Entrevistado B4]

Cargo: Chefe da Assessoria de Comunicação

Área de atuação: Administração Pública (Governo)

Sexo: Masculino

Idade: 43 anos

Experiência Profissional: 18 anos

País: Brasil

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Não.

[Pergunta 2] E quando se fala inteligência artificial. Assim, o que é que você entende por inteligência artificial de um modo geral?

[Resposta] De uma maneira muito até meio grosseira porque nunca me aprofundei nessa área. Então eu entendo que é como se você colocar assim uma máquina para pensar e pensar como ser humano e por esse pensamento ela executar atividades diferentes, dependendo de um pensamento humano, entendeu? Então é grosseiro. A Grosso modo, é mais ou menos isso.

[Pergunta 3] E quando se fala em inteligência artificial e generativa, o que é que vem na sua mente assim? Primeira coisa.

[Resposta] A IA mais básica que cria conteúdos a partir de produtos de mídia preexistentes, como imagens, vídeos e textos

[Pergunta 4] No caso, você não utiliza, mas você tem conhecimento se a sua organização, ou pessoas da sua organização, utilizam, de alguma forma, inteligência artificial, e em especial a inteligência artificial generativa?

[Resposta] Até onde eu sei, não. Mas informalmente, a gente sabe que sim, mas de maneira oficial não utilizam. A organização não utiliza. Não existe nenhum tipo de normativo, regra, ou algo especial que que estabeleça critérios para o uso desse tipo de... sei lá, sistema. hoje não interesse por usar. Eu não sei como eles imaginam na diretoria central, mas eu imagino que, como já não existe um regramento no geral com relação ao uso de inteligência artificial, pelo menos não aqui no Brasil, então é fica difícil, inclusive, para que a organização tenha uma referência para se utilizar ou para criar um normativo para isso. Essa é a minha avaliação.

[Pergunta 4] O que levou você a não adotar ferramentas de IA até o momento?

[Resposta] Exatamente porque eu acho que não existe um controle. Então, eu tenho um pouco de receio de passar utilizar, porque não existe uma barreira entre uma coisa e

outra, não existe um limite (entre pode ser feito pelo é humano e o que pode ser feito com IA), então eu prefiro não utilizar até que as coisas estejam bem definidas. Isso é, se um dia elas forem realmente definidas, porque às vezes eu acho que essa questão de tecnologia, elas às vezes ela fogem um pouco o controle, então a inteligência artificial é um negócio de crescimento. É como se você acelerasse um pouco a história da tecnologia de certa forma. Então eu não utilizo porque eu acho que nós não vamos ter um controle. A gente sabe que tem as pessoas que utilizam, por exemplo, até o próprio ChatGPT. Mas isso não é oficial e não é algo que eu oriente minha equipe a fazer.

[Pergunta 5] Você consideraria a possibilidade de adotar uma ferramenta de inteligência artificial generativa no futuro?

[Resposta] Sim, se houver regulamentação do governo para isso, uma vez que meu trabalho é regido por leis.

[Pergunta 6] Qual que é a sua percepção pessoal sobre o uso de inteligência artificial na área de comunicação e também na área de relações públicas?

[Resposta] Que ela ainda abraça pouco das nossas atividades de assessoria e de comunicação estratégica. Eu não sou fechado a avanços tecnológicos na comunicação de maneira nenhuma, desde que ele seja utilizado para facilitar o nosso trabalho. Mas eu acho que quando uma ferramenta ainda não está muito bem estabelecida, ou não existe uma regra de uso dela, não há a um limite para esse uso, eu acho que pode vir a prejudicar o nosso trabalho. Vou dar um exemplo: Já aconteceu de eu receber textos de assessores e que, claramente, eram feitos em ChatGPT. Apesar a informação você queria estar ali, tinha parte do texto que era do ChatGPT e outra parte não. Então eu tive de editar esse texto. Por ter se sido feito no ChatGPT, não era para estar ruim, mas estava ruim porque de certa forma, ou a pessoa não soube colocar direito ali naquele sistema, o que ele queria, a informação que ela queria, ou que talvez que nem mesmo ela entendia. Então estava tudo truncado. Se eu pegasse aquela informação e colocasse direto no site oficial da organização, seria uma informação errada, ela prejudicaria o

cidadão, porque ele ia receber uma informação equivocada. Então assim, a gente ainda tem que ter muito cuidado com relação a isso. Mas eu, particularmente, eu não sou fechado a avanços tecnológicos. Eu sou super a favor, inclusive. Mas eu acho que a gente tem que saber, como a gente tá numa instituição que atende milhões de pessoas, a gente tem que ter muito cuidado com a informação. Então, o que gera essa informação? Seja um ser humano, seja inteligência artificial. Tem que ser muito bem cuidado, muito bem organizado para que você consiga o seu objetivo, que na verdade é passar informação da maneira mais clara possível.

[Pergunta 7] Vocês conseguiriam citar aspectos que te geram preocupação com relação ao uso dessas ferramentas de IA?

[Resposta] Nas redes sociais de comunicações, eu acho que o uso de imagem, criação de imagens, por exemplo, vídeos com pessoas com falas que na verdade não são reais. Eu acho que tudo isso não é discutido, não é regulamentado. Eu acho que isso pode, na verdade, se tornar um ruído na comunicação. Eu acho então, importante que se discuta as novas tecnologias, que elas entrem num debate e que elas não sejam utilizadas de qualquer maneira. Porque a forma como você quer dizer alguma coisa, o que você quer expressar, nem sempre é entendido da mesma forma lá no final, não é? É aquela coisa filosófica: o que eu quero dizer? como eu digo? O que você entende? O que eu queria que você entendesse? Enfim... então são muitas camadas de questões para que a comunicação institucional, ela seja redondinha. Eu não posso falar sobre a questão de uso de inteligência artificial fora da comunicação institucional, que é onde eu trabalho, porque aí existem conceitos e regras e eu desconheço na maior na maior parte. Então, eu posso falar do uso dela no meu trabalho.

[Pergunta 8] E quais seriam os aspectos positivos? O que a IA pode trazer de vantagem para o trabalho que você desenvolve?

[Resposta] Agilizar, por exemplo, a produção da informação e a revisão do tipo de informação e até trazer para gente alguns aspectos diferentes de assuntos que a gente

talvez não conseguiria de uma maneira analógica, por exemplo. Eu acho que isso também é só um aspecto porque eu não sou especialista em inteligência artificial. Como eu te falei, mas eu vejo como um lado positivo, até onde eu já vi isso.

[Pergunta 9] Você acha que a IA poderá substituir algumas das funções da comunicação do Futuro?

[Resposta] Eu acho que isso faz parte da história o ser humano. Na verdade, eu acho que as vezes temos avanços tecnológicos e, algumas dessas tecnologias, elas trazem consequências ruins. A questão é a sociedade se adaptar a esses avanços tecnológicos, que não são mais possíveis de frear. Acredito eu, então, que de cem anos para cá, a história correu tão rápido... E esse correr rápido é devido aos avanços tecnológicos. E se eu falo em relação assim, à comunicação, dentre outras áreas. Então, só que eu acho que a gente se adapta, o ser humano, ele se adapta. Essas evoluções, lógico, passa por um trauma, um choque, mas tem. Vamos falar da comunicação. A gente tinha o jornal impresso, de repente veio a rádio, veio televisão, veio a internet.... e a gente foi se adaptando e foi indo para os seus nichos ali diferente de Mídias e não deixou de existir o profissional de comunicação. Eu sei que todas essas mídias uma hora elas vão ser substituídas por outra coisa. Se passar por uma crise, como aconteceu por exemplo, não há muito tempo com as revistas, muita gente ficou desempregada. Deixou-se de usar o papel e passou a usar a internet. Mas isso não fez com que se deixasse de ter um profissional aquela área, assim como ter profissionais de rádio e ter profissionais do impresso. Então existe a questão da adaptação, mas nenhuma adaptação passa incólume. Nenhuma adaptação ocorre tranquilamente. Então, sempre tem ali uma resistência. Óbvio, existe uma resistência, mas você não tem condições de frear o avanço tecnológico. É como o avanço da história.

[Pergunta 10] Você enxerga que sempre vai haver necessidade de ter alguém trabalhando junto com a inteligência artificial?

[Resposta] Essa é uma questão que eu não saberia te responder porque isso é uma previsão de um avanço tecnológico que eu não tenho a menor noção de como vai acontecer. O que eu posso dizer é que existe uma adaptação do ser humano que é incrível, mas a gente também não pode dizer que determinados postos de trabalho não vão continuar existindo por conta da IA, ou vão continuar existindo assim, junto com a inteligência artificial. Isso não tem como eu prever. E é exatamente por isso que eu acho que o debate é muito importante porque nós temos que traçar esse caminho. Eu falo sempre pensando no caso da comunicação. A gente tem que traçar estratégias a b c para como vai ser. Aqui a gente faz assim, tá indo por esse caminho.... Desse jeito então, eu acho que o que nós podemos fazer nesse momento é estimular esse debate para saber como é que a gente vai lidar junto com o avanço que é impossível de você frear.

[Pergunta 11] Você acha que falta capacitação para os profissionais de comunicação usarem melhor a IA?

[Resposta] Então é aí nós entramos no dilema. Porque sim, eu não sei como capacitar para algo que não existe. O regramento então, assim você vai capacitar baseado em quê? Essa é a questão. Se existem regras, se existem critérios ou se existe um modo de se usar oficial, porque na comunicação institucional de governo, tem que estar normatizado o uso. Então primeiros normatiza o uso e depois capacita esse uso para a comunicação institucional. Eu não teria nenhum problema de ser capacitado nem de liberar a minha equipe para esse tipo de capacitação, até para um uso correto da ferramenta. Mas eu acho que se não houver nada institucionalizado, não tem como você capacitar. A pessoa entendeu que você vai estar utilizando uma ferramenta que é ok .

[Pergunta 12] você tem alguma outra preocupação especial em relação a inteligência artificial?

[Resposta] O que me preocupa mais é exatamente isso, a ética. Porque se você não parar para pensar e estabelecer um planejamento estratégico com relação a isso, se perde o controle. Na verdade, de certa forma, já tá perdendo o controle a partir do

momento em que as pessoas te mandam um texto que você percebe que metade é feito pela pessoa e metade pelo ChatGPT e a comunicação ficou truncada, houve ruídos ali. Então isso já é perda de controle. Então eu acho que já tá acontecendo. Aí é a hora que eu falo mais uma vez, tem que debater entre a critérios para o uso desse tipo de ferramenta, se é que isso é possível ainda. Mas sim, eu penso que uma hora a coisa sair de controle, se não for logo regulamentado.

[Pergunta 13] Além de ChatGPT, você tem conhecimento de alguma outra ferramenta de produção de conteúdo, criação de geração de conteúdo?

[Resposta] Aquelas que a própria publicidade hoje utiliza em vídeos e faz uma cópia de uma pessoa que é como se fosse a própria falando. Enfim, isso é muito perigoso, porque é como se fosse você. Você cria uma mentira e se você tiver intenção de prejudicar alguém, você consegue prejudicar e isso entra também dentro da comunicação. Então quando você quando você fala, quando você comunica pela primeira vez uma informação e aquilo chega para as pessoas, tá ok. Elas vão acreditar. Eu iria acreditar. Só que a retificação de uma coisa que já foi generalizada ela é muito menos absorvida do que a primeira informação, então é muito perigoso. Isso é o que na verdade muitos políticos fazem eles soltam em verdade para depois se retratar só quando eles se retratam, a mentira já virou verdade para muita gente. Então eu acho que isso é muito perigoso. Pode ser uma verdade mentirosa.

[Entrevistado B5]

Cargo: Fundadora e Educadora

Área de atuação: Educação Corporativa em comunicação

Sexo: Feminino

Idade: 57 anos

Experiência Profissional: 38 anos

País: Brasil

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Sim, tenho usado o ChatGPT, o Gemini menos, e agora comecei a usar o Deepl.

[Pergunta 2] E quando se fala inteligência artificial. Assim, o que é que você entende por inteligência artificial de um modo geral?

[Resposta] São modelos treinados com uma bizarra de material, esses abertos aí na verdade com tudo que tá disponível aberto, que aprenderam a simular a comunicação humana e tem acesso a uma quantidade muito grande de dados e disponíveis. A inteligência artificial tá disponível para uma conversa, mas ela pode gerar as coisas para você. Eu uso mais como interlocução. E tem que tomar cuidado porque a gente não sabe assim os dados, enfim, além das alucinações, tem os dados enviesados.

[Pergunta 3] E quando eu se fala em inteligência artificial e generativa, o que é que vem na sua mente assim? Primeira coisa.

[Resposta] ChatGPT.

[Pergunta 4] Há quanto tempo você vem usando a inteligência artificial generativa?

[Resposta] Olha eu comecei a usar quando se tornou o público, no caso, o ChatGPT, que tinha aqueles modelos anteriores, ChatGPT 3, ChatGPT não sei o quê... Eu só via o resultado. Mas eu comecei a usar mesmo acho, foi em dezembro de 2022, logo que começou a ser lançado. Eu fiz uma conta logo que eu soube. Um uma daquelas milhões de pessoas que de primeira vista se matricular se matricularam na OpenAI.

[Pergunta 4] Em que tipo de tarefa você geralmente mais usa inteligência artificial?

[Resposta] O que eu mais uso é para revisão de texto e gramática em língua estrangeira. Eu preciso me comunicar muito em inglês. Eu fiquei na diretoria da Plain 3 anos e eu falava muito inglês espanhol. Quase todo dia, tinha que escrever. Então, na verdade eu comecei tipo assim falando: “ Ah eu tô muito cansada eu tô muito cansada, eu vou escrever em português e aí eu sempre usava o DeepL. Usava essas ferramentas e às vezes depois passava para o ChatGPT. Mas aí eu fui percebendo um efeito muito deletério no meu patrimônio cognitivo. E eu parei de fazer isso. Porque você fala assim: “Ah não, eu vou economizar um tempo aqui eu vou digitar em português porque eu tô muito cansada, tem que escrever o relatório em inglês. Ah não, eu vou digitar em português E aí traduz para mim automaticamente.” Nossa! Isso fez muito mal para mim. Isso foi antes da Inteligência Artificial generativa, falo dos modelos de tradução automática, então antes da inteligência artificial generativa. Assim, sei lá, são baseados e inteligência artificial também, mas não generativa. Eu percebi um efeito que nem quando você para de fazer exercício, que a sua musculatura fica sem tônus. Ou músicos, não é? A pessoa que é musicista e toca piano todo dia, porque se não tocar todos os dias o seu dedo enferruja. Eu senti isso. Aí quando chegou o ChatGPT, a generativa, eu já tava com essa percepção. Aí eu falei “eu tenho que tomar muito cuidado na hora de usar”. E aí eu sempre falo com meus alunos isso? Olha só, a gente trata ChatGPT como assistente Júnior. Eu trato como se fosse um assistente júnior. Sabe aquele assistente que acabou de chegar na equipe? Que está cheio de gás, teoricamente é super bem informado, rápido, ágil, entrega tudo que você pedir, mas é alguém que não tem o compromisso. Não tem o mesmo compromisso, pode puxar o seu tapete...E você pode pedir para sua assistente Júnior fazer alguma coisa e, você olhar rápido assim, avaliar, aliás, endossar, e você se ferrar. Eu acho que o que eu mais uso mesmo é essa questão de correção de fluência, quando eu tô mandando um comunicado assim que é mais formal, porque quando não é nada mais formal eu resolvi, assim uma decisão minha, estratégica, eu resolvi que eu não uso essas ferramentas, nem uso mais o google tradutor, porque eu quero preservar o que eu sei do idioma, e eu preciso exercitar. Um segundo uso que eu faço, quando eu tô dando aula, dentro da metodologia que o criei, quando vou ensinar a linguagem simples, eu pego os textos daquele ambiente em que

eu tô ensinando e aplico a metodologia. Mostra, tu é tudo em cima do universo do cliente. E isso me obriga a ler uma quantidade muito grande de documentos. Vou te dar um exemplo. Eu estava ontem em Brasília, eu dei oficina para Anatel. Gente, eles me mandaram milhares de documentos. Eu pedi para mim mandar né, informes de parecer jurídico de telecomunicações, mas também respostas ao consumidor. Aí na semana anterior, eu tava com a Sefaz do Mato Grosso aí era documento tributário. Até o ChatGPT, era eu mesma que tinha que sair descobrindo tudo o que que era tudo. Eu atualmente, eu uso ChatGPT. Por exemplo, eu tava treinando esse pessoal da Secretaria de Fazenda do Mato Grosso, daí eles tem um termo lá, que a tal autorregularização. Peço para o ChatGPT: Me explica melhor o que que é autorregularização, porque pela lei eu tô lendo aqui no site está tão técnico, que eu não estou entendendo. E eu preciso explicar para essas pessoas, eu preciso sugerir para essas pessoas outros nomes. E aí eu peço para o ChatGPT assim: “me dá um sinônimo aqui para autoregularização?” Porque, assim, me ajuda, me agiliza essa compreensão até para eu poder propor uma reescrita, porque o a gente não entende, não consegue nem propor uma escrita. Uma coisa que eu tenho usado muito para comparar, eu faço uma comparação assim: eu peço para meus alunos e alunas: reescrevam o material é peço né não manda nada. Peço meus alunos é alunos: reescrevam o material. Eu ainda não falei abertamente para eles usarem o ChatGPT. Na verdade, eu peço para não usarem, porque a gente tá aqui justamente treinando a organização das suas ideias de fazer. Se você pedir para o ChatGPT fazer, você não vai treinar a organização das suas ideias? Mas então eu assumo que eles fizeram manualmente, né? Eu posso comentar um pouco sobre uma coisa que o Ronaldo Lemos fazia desde o início que eu acho bem interessante. Aí eles fazem e elas fazem. E aí eu pego aquele mesmo texto que o pessoal redigiu e eu peço para turma escolher qual que eles preferem, pois são eles que dominam o assunto, logo são as melhores pessoas para dizer daquelas reescritas todas, qual é melhor. E aí, eu comparo, a produção humana, e eu dou um comando genérico no ChatGPT: reescreva esse trecho, essa frase, em linguagem simples. Eu não dou o prompt todo pronto. E é muito interessante fazer o comparativo. Eu faço um comparativo de complexidade sintática com a ferramenta da NUILC da USP em São Paulo. É um avaliador automático de

complexidade sintática. Eu boto lá para comparar os textos. Eu quero ver, do ponto de vista sintático, quem conseguiu alcançar reduzir mais o custo de processamento se foi o ChatGPT, ou se foram os meus alunos. Meus alunos têm ganho até agora. Claro, o prompt do GPT é um prompt simples. Mas eu uso a ferramenta para comparar em que medida meus alunos estão entendendo o que que é linguagem simples. É claro, levam muito mais tempo para aprender que a ferramenta. Eu também converso muito com o GP. Eu vou te dar um exemplo. Eu precisei preparar uma apresentação em inglês, para o TCU, e eu conversei porque era em inglês. E eu tinha que encontrar umas palavras que tinham que caber no título do slide, tinham que dizer o que eu queria dizer, e aí eu falava: Olha só: eu quero dizer isso aqui isso aqui esse aqui. Que título que você me sugere para esses slides? Aí me vinha um título nada a ver e eu falava, não, não. Esse título não. Mas de repente aparecia uma palavra que eu gostava. Acho que foi a primeira vez que eu tive realmente uma conversa com o ChatGPT e eu fiquei dias conversando com ChatGPT e foi muito importante para essa coinfecção do material. O ChatGPT ele não me entregou nenhuma ideia original, porque como eu te falei antes, só porque eu não quis você, ele poderia ter me entregue várias ideias originais em vez de eu levar duas semanas preparando o material. Eu levaria talvez dois dias. Mas aí não seriam as minhas ideias. O desafio é pensar como eu uso as minhas ideias, como é que eu estruturo um assunto sobre qual eu não tô acostumada a falar. Se fosse só sobre linguagem simples, talvez nem precisasse. Mas era uma ferramenta que monitora política pública na área climática. Eu precisava fazer uma abordagem de estratégias de comunicação. Eu fiz dois slides de linguagem simples e uns 35 de pensamentos estratégicos. Então eu conversei muito com ChatGPT porque era um outro idioma E por que eu tava burilando alguma coisa aqui na minha própria cabeça não estava ainda fechado. E foi muito útil, essa interlocução, e uma interlocução de inteligência artificial aplicada. Por que você usa a IA generativa, e ela tende à bajulação, ela tende a dizer que tudo que você fez está ótimo.

Mas eu sei que não tá claro. Então essa bajulação que tem um termo em inglês que é muito bom para isso, que eu percebi que tem, e eu não cai nessa conversinha da bajulação, que é um pouco se fosse um viés de confirmação.

[Pergunta 5] E o que que te motivou a já querer logo conhecer a ferramenta, a usar a IA Generativa?

[Resposta] duas coisas. Foi o fato de conhecer dois trabalhos anteriores. Uns seis meses antes, eu vi uma apresentação de um designer da informação britânico mostrando um contrato que ele tinha trabalhado e refeito com uma equipe e mostrou o texto do documento e falou: foi incrível, e isso foi feito com o ChatGPT 3. E eu, gente o que o GPT3? Naquela época a gente e não sabia o que que significava isso. Como se alguém vinte anos atrás falasse para você fazer um pix. Foi essa minha sensação. E aí eu vi essa apresentação, ele mostrou um texto antes e depois e ele falou: isso foi gerado por máquina. Eu falei meu Deus do céu! E o meu irmão, fazendo mestrado em Comunicação Transmídia, e comentando comigo sobre roteiros feitos com ChatGPT 3. Me mostrando também roteiros de Produções audiovisuais transmídia. Eu falei: primeiro, preciso conhecer. Segundo, isso é uma ameaça ao meu trabalho. Eu tenho de entender em que medida Isso é uma ameaça do meu trabalho. E aí foi por isso que eu logo aderi.

[Pergunta 6] Se você pudesse resumir assim de três a cinco pontos, principais, os principais benefícios que a inteligência artificial generativa te trouxe durante o uso?

[Resposta] Acho que ampliou, amplia as minhas possibilidades de escrita. Me apresenta aspetos que eu não havia notado, me poupa tempo, óbvio. É uma é fonte, é um agregador de informação, que quando em entrega a informação certa, nem tem comparação com o buscador do Google. E uma coisa que eu percebo no ChatGPT, que gosto muito, mas o Gemini já não me apresenta assim é que eu não preciso prestar atenção do que eu tô digitando porque eu digito com erro, sai letra trocada e eu não corrijo nada. Por exemplo, no DeePL se você faz isso, ele não entende a palavra O Gemini também não. Se eu escrever algo errado nessas duas últimas, eu tenho problema na resposta. Então eu acho, eu gosto muito disso no ChatGPT. Eu não preciso me preocupar com o que eu tô digitando.

[Pergunta 7] E em termos de dificuldades? Você teve alguma dificuldade no uso dessas ferramentas alguma que você gostaria de pontuar?

[Resposta]. Eu demorei um pouco para entender o prompt. Eu até fui eu fiz, eu fiz uns dois cursos. Eu fiz um de prompt engineering, assim que saiu, em inglês, e eu fiz um workshop do Bruno Rodrigues. Assim, eu tive um pouco de dificuldade de encontrar, de fazer a contextualização para minimizar as respostas erradas. Aí eu fui criando o meu próprio jeito. Eu vi em cursos. Às vezes passa pela gente e dicas de prompts... Eu vejo que eu faço, acho que eu faço parecido, mas um pouco diferente. Acho que cada um de nós encontra. E uma coisa que eu fiquei assim, meio, até hoje eu aflito: eu sou muito delicada com o Chat GPT e não precisa ser assim. Mas eu peço por favor. Mas eu ainda não consegui me livrar dessa certa etiqueta assim com a máquina. E aí eu também fico achando que eu peço por favor, ele vai me atender melhor. Outro problema que às vezes ele me retorna uma burrice tão grande. Eu falo isso: você não entendeu o meu comando, o meu pedido. Sei lá frase na ordem direta sujeito verbo complemento, aí ele vai lá. Ele devolve a mesma coisa aí meio que dou uma xingada. Mas eu não dou uma xingada com palavra. Então tem uma coisa de etiqueta que eu queria ter me livrado. Porque assim, eu acho que essa antropomorfização como pano de fundo eu acho péssimo. É aquela coisa meio filme Her, não é? Mas eu não consegui me livrar dessa coisa de tratar como se fosse uma pessoa. Eu também evito quando eu escrevo me dá um incômodo é quando eu falo assim: Ah, essa essa frase que você inventou... E na verdade não inventou nada. Tá remexendo num lixão de coisas que já existem. E tem umas coisas que me incomodam... Porque assim eu não tenho a versão paga. Por exemplo, uma coisa boba que me incomoda que tem um tem um aviso de memória cheia que eu nunca mais consegui tirar e aparece para mim, não sei se é da minha máquina se aquilo some quando você tem a conta paga.

[Pergunta 8] você percebe que há necessidade de treinamentos específico para os profissionais de comunicação em geral para usar bem ou usar melhor essas ferramentas?

[Resposta] Eu creio que sim. Não precisa ser uma coisa muito minuciosa, não precisa ser tipo para a desenvolvedor. Eu acho que é importante essa pessoa fazer o treinamento, porque primeiro para você não se expor assim sabe, de peito aberto, se não a gente nem seja assim, uma pequena contextualização por mais que profissionais sejam pessoas antenadas, mas é importante dar uma contextualização. De onde vem essas informações e do viés de resposta e, claro, das alucinações.

[Pergunta 9] E como é que você vê o futuro dos profissionais que optam por não usar inteligência artificial?

[Resposta] Eu acho incrível que tenha gente que não use. Eu fico de queixo caído. Eu acho que é um mecanismo de defesa pouco estratégico. Eu entendo. A pessoa vai falar assim não. Não vai entrar aqui na minha realidade porque isso é ruim. Ou então porque eu sei mais do que a máquina. Não vou ficar numa posição subalterna com relação à máquina. Pode haver outros motivos, mas agora me vêm à cabeça essas duas reações. Ambas me parecem suicidas porque, primeiro, você precisa conhecer suas ameaças. Eu, por exemplo, sou profissional de comunicação e que 100% da minha renda com a qual o sustento as pessoas que trabalham comigo e eu me sustento. 100% da minha renda vem de ensinar as pessoas a escrever de uma forma concisa, objetiva e rápida. Eu achava que o meu negócio era esse. E eu fiquei muito assustada quando se popularizou e eu pensei: acabou. Acabou, eu vou arrumar um outro com o trabalho. Mas eu entendi que na minha atuação, que não é na atuação das pessoas de comunicação clássica, é um pouco diferente, eu entendi que o que eu tava ensinando as pessoas não era escrever com clareza. Eu tô ensinando as pessoas a pensarem com clareza. E por que você não vai conseguir usar o ChatGPT para tudo que você tem que produzir na sua vida. Não vai. O e-mail que você mandar, a mensagem do WhatsApp que você manda no grupo da família, você vai passar no ChatGPT? Não vai. E aí no meu âmbito de comunicação voltado para educação, eu tô ensinando as pessoas a repensarem a comunicação delas para poderem usar inclusive as ferramentas que estão disponíveis. Aí você tem senso crítico com relação ao que você escreve né? E fiquei satisfeita de ver que depois de a gente tem, depois de dois anos, eu tenho muito mais cliente hoje do que eu tinha dois

anos atrás, então eu vejo que no meu âmbito de atuação não foi uma ameaça. Mas eu pensei nisso. Porque para quem trabalha com produção de texto, não sei se reportagem, porque para reportagem você precisa você ir à campo né? Mas para quem tá ali editando materiais, eu acho que ameaça. Mas quem se blinda da GenAI e profissional de comunicação, está dando um tiro no seu próprio pé, porque você tem que conhecer. Eu conheço alguns Luditas que eu ... Ah, não tenho WhatsApp, nem Instagram nem Facebook. Aí eu falei... como é que eu vou mandar mensagem? SMS. Mas ultimamente uma mensagem de SMS acho que tinha sei lá uns 10 anos que eu não fazia. Mas tem gente que assim. São pessoas que elas nem conhecem as possibilidades. Elas não sabem o que que elas estão perdendo. Agora no campo profissional, você tem que conhecer. Se você considera a inteligência artificial generativa, uma inimiga, e ela uma inimiga de fato, ou mais uma concorrente. De facto, ela é uma concorrente para vários trabalhos e para nós jornalistas e até publicitários, reações públicas também. É alguém que vai ocupar muito possivelmente alguém para roubar a sua vaga. Então, você precisa conhecer. E você também precisa conhecer, para ser um melhor profissional de comunicação, porque é uma ferramenta de comunicação. Mas você tem que tomar os cuidados, não é? O Tristan Harrys, que é uma pessoa que pensa a ética da informação, que foi do Google.... Eu gosto de uma coisa que ele fala que ele diz o seguinte: “Novas tecnologias geram novas classes de responsabilidade”. Então uma tecnologia que antes não existia... E aí ele cita o caso câmara na rua. Antigamente, quando não tinha câmara na rua de monitoramento de segurança, como os elevadores ou os ambientes fechados, não existia o direito à privacidade da sua imagem. Só passou a existir depois que aquela tecnologia foi inventada. E a inteligência artificial generativa é a mesma coisa. Tem uma série de responsabilidades novas que não existiam e que a gente, profissional da comunicação, tanto na nossa formação, que formação ela vai estar sempre atrasado em relação aos avanços. Acredito que nas aulas de comunicação atualmente super se fale de inteligência generativa. Mas talvez não esteja no currículo oficial do da disciplina. Então a gente vai sempre estar meio atrasado. E eu acho que se você adere, se você mergulha e se você conhece as suas ameaças, você consegue antever de onde é que vai vir a puxada de tapete. E aí você se posicionar né? Porque é o fato ChatGPT e os modelos

semelhantes serem grandes concorrentes de jornalistas e profissionais da comunicação... Eu acho que a gente tem que ser antecipar. Por mais que a pessoa ache que tenha um emprego super seguro, tipo, é servidora pública, ninguém vai te tirar daquele lugar. Mas se você tiver uma empresa privada, com certeza. Se a sua equipe for de 10 ou 15 pessoas, muito provavelmente a equipe vai virar para 3 e a máquina vai fazer o resto. Então você tem que entender qual é o diferencial que é só seu, para você poder se antecipar. Essa é até uma discussão muito grande não é, o UX Writing, que eu até parei de acompanhar porque foi me dando nervoso, mas e é os treinadores de UXW, tipo, assim mandando uma mensagem positiva com a quem fez o UXW, falando gente, não vai acabar a nossa a nossa área. E aí ficava vendo a forma... E fico, gente? Como assim. Não é por aí. A gente tá falando de uma transformação muito drástica né? Tudo bem que vai ter que ter validação humana. Tem que ter validação, por vários motivos. Mas em alguns lugares essa validação não é necessária. Em empresas pequenas, por exemplo, postos de trabalhos vão desaparecer. Eu peço para a máquina fazer e só reviso. Então numa equipe que antes era de 3, posso ter um só. E é tudo muito novo. Mesmo sendo só dois anos, alguns hábitos já se formaram. Mas é tudo muito novo. A gente ainda tá entendendo como é que a gente se preserva.

[Pergunta 10] Futuro da inteligência artificial na comunicação, até aonde que isso pode chegar ? Num exercício de futurologia?

[Resposta] Eu acho que se a gente não fizer um pacto social vai tudo para máquina, por uma questão Econômica. Porque não tem comparação. Não existe comparação entre o custo financeiro, o custo de Recursos Humanos, de relacionamentos humanos que precisam ser administrados, de equipes. Se você consegue substituir isso, tudo com máquina e você fizer só uma revisão É se não tiver um pacto... E aí eu vou te dizer porque que eu falo nesse pacto. Isso me remete algo que eu vivia na época que eu trabalhava com música clássica. Quando trabalhava com música clássica eu participava muito de júri, me chamavam muito para fazer parte de júri de edital. Dia eu nunca vou me esquecer. Eu participei de um júri de um edital do Petrobrás cultural. Petrobras é maior patrocinadora de cultura no Brasil deve ser ainda. Naquela época era. E aí banca

de jurados ...Petrobras alocava uma verba gigante, aí ele tinha assim e eu tava na banca de música. E aí tinha assim um tanto para música vários gêneros e um tanto de dinheiro para música clássica. E aí, tinha muito mais projeto de outros gêneros do que a música clássica. E aí, no regulamento, falava que o júri podia relocar as verbas se quisesse E aí começou um papo lá. Tipo assim vem cá se a gente tem ,,,,sei lá 300 milhões e a gente tem X projetos. E o edital aqui diz que a gente tem que dar 10% desse dinheiro para buscar a classe e a gente tem 80 vezes mais projetos. Por que que a gente não pode refazer isso daqui? O que que a gente não bota 5% para música clássica ou 3% para a música clássica? Eu consegui sensibilizar meus colegas e naquele ano não mexeram no edital de música clássica. Eu falei.... Olha só galera parada é o seguinte. Vocês querem que continue assistindo a festa? Vocês acham que é relevante uma orquestra existir? Quando você viaja para Europa você vai lá ver o concerto de cordas. Agora você quer que essas coisas continuem existindo? Você quer que novos talentos possam sair das favelas e ganhar uma carreira? Assim como no esporte, a música clássica faz também. Por que para ter uma orquestra funcionando, você precisa ter 100 pessoas trabalhando o no inteiro. E aí eu trago para o campo da comunicação. O que que a gente quer que a gente quer? A gente quer redução de custo? A gente eu tô falando o mercado. O mercado quer redução de custo? O mercado que é agilidade? Mercado não quer se esquentar com gente. Só que isso faz parte de um processo maior de desumanização das relações. Todas. Porque quando você desmaterializa, quando você digitaliza, você perde o contato. O que a gente tá vendo agora é que as escolas entenderam que não dá para deixar garotada com o celular, porque senão perde o contato pessoal. Isso é ruim para a sociedade. E aí eu acho que para área de comunicação, não sei qual é, quais são as vozes que conduziram, ou que estão conduzindo, ou que vão conduzir esse pacto? O que acontece no futuro é fruto de decisão que a gente toma no presente. Então na verdade, para acontecer no futuro, tem que ser resolvido ou começar a fazer articulação agora. Eu não sei quais são as vozes que vão liderar essa conversa. Pois como disse o Tristan Harris, novas tecnologias geram novas classes de responsabilidades. Uma das responsabilidades gigantes que a gente tem atualmente é a desumanização da vida e aí a gente pode trazer pro processo da comunicação. Pois você resolveu você reduzir o

volume no custo. Você aumentou agilidade. Você pode atender mais clientes.... Você pode atender mais gente? Pode. Mas teve só um probleminha, é que a gente tirou as pessoas da jogada. Quando eu tava fazendo mestrado eu peguei o número de auto-atendimento digital. O número é uma pesquisa do governo federal que é a 97 por cento mais barato você prestar o serviço público digital do que você prestar um serviço por presencial entre o balcão dentro e o digital. Aí você fala de fato então gastando muito dinheiro desnecessário. Mas eu queria ver qual é custo real de você, no caso do atendimento do serviço público digital, de você deixar todo mundo para trás porque as pessoas que buscam atendimento não têm letramento governamental, não tem letramento digital, não tem letramento de leitura e isso me faz questionar... Qual é o custo de você abrir mão dessas cabeças pensantes todas?

Eu acho que é no futuro, no extremo é um muito parecido com a savanização da Amazônia. Você perde a vida simplesmente, você abre mão de vidas em favor da máquina, do lucro.

[Pergunta 11] Teria algum outro aspeto que a pessoa gostaria de compartilhar ou discutir?

[Resposta] A União Europeia está dando um limite. Alguém tem de dar limite, não é? Então acho que a gente podia olhar um pouco para a questão da privacidade, o que se tem feito com esse poder dessas big techs aí para a gente dar limite. É preciso limite. Mas uma coisa que precisaria ser muito mais ampliado é o debate das questões éticas. E eu tô falando ética do trabalho. Eu tô falando assim de uma conscientização de que os resultados, para as pessoas terem mais consciência. Não confiar em cegamente, de olhos fechados, naquilo que a ferramenta entrega. Precisa crescer essa consciência e eu acho que ela não conflita tanto com os interesses econômico, como as outras coisas que eu falei né? E acho que é muito importante. Nossa. Isso é muito E outra coisa, assim que eu acho que a última que eu acho até que advém desse antropomorfismo, é um excesso de confiança. Você confia. E é muito perigoso você confiar. Eu gostei de uma imagem que eu vi esses dias de uma Educadora infantil, psicóloga infantil, falando que as redes

sociais são uma classe escura cheia de estranhos. Eu achei uma imagem maravilhosa. Ilustra as redes sociais e a IA.

[Entrevistado B6]

Cargo: Gerente de Operações

Área de atuação: ONG

Sexo: Masculino

Idade: 31 anos

Experiência Profissional: 13 anos

País: Brasil

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Sim, muitas. A principal que eu uso é o ChatGPT, mas eu uso também uso outras dentro de ferramentas como o capcut, o Canva, o próprio Windows que tem o copilot.

[Pergunta 2] E quando você escuta a palavra inteligência artificial? O que que você entende por inteligência artificial generativa?

[Resposta] Por ser da área, eu sei que a que a IA já faz vida há muito tempo, como os algoritmos das redes sociais, mas agora que tá vindo à tona com a IA generativa, esse que tem sido divisor de águas, sobretudo na comunicação. Mas eu associo a IA ao ChatGPT. E também tenho uma visão positiva. Associo a coisas positivas porque diminui meu temo em muita coisa e eu terceirizo meu cérebro para ele.

[Pergunta 3] E tem quanto tempo que você utiliza a inteligência artificial generativa?

[Resposta] Um ano e meio, talvez, desde que lançou na primeira versão do ChatGPT, a 3.5 3.0, não sei. A gente já utiliza essa ferramenta fora as outras que a gente usa há muito mais tempo, que não é generativa, que são proprietárias de algoritmo e tal. Mas um ano e meio eu acho, desde o final de 2022.

[Pergunta 4] E essa doação foi uma opção sua ou foi uma política da organização que você trabalha?

[Resposta] Foi minha, foi curiosidade minha em primeiro lugar. E para testar coisas que a gente não tá acostumado a fazer assim, coisas que o ChatGPT não está acostumado a ver. Você bota ele já te dá as coisas. Então, o primeiro foi curiosidade né? Depois eu comecei adotando devagarzinho assim, em algumas atividades porque nem sempre a gente lembra que pode utilizar ela para fazer alguma coisa, mas com o tempo, eu fui afunilando e vendo o que como eu podia usar o chat GPT para me ajudar. De primeiro, não era tudo que eu achava que podia usar, então eu não usava. Eu só fui voltar a usar com mais frequência ano passado.

[Pergunta 5] Você conseguiria de escrever mais precisamente algumas tarefas ou atividades em que você mais utiliza aí a generativa?

[Resposta] Eu tenho que escrever muitos ofícios, então pra fazer ofício, documento, eu faço um prompt, jogo ali, e o ChatGPT faz. Coisa que eu ficaria uma hora, meia hora, faço em dez minutos. E minha chefe começou a gostar dessa agilidade. Eu uso na comunicação para me ajudar a escrever parte de texto, parágrafo, legenda de post, me ajudar a organizar ideia pra escrever artigo, categorização, eu tô sem ideia, ele me ajuda. Muito uso. Nem consigo lembrar de todos. Tradução também. Tradução de muita coisa em inglês. Quando eu não tenho tempo de ver um e-mail em inglês, está na correria, ele traduz tudo. Ou então, eu tenho que escrever um projeto, ou traduzir algo para o

português, eu jogo ali e daí revista depois. Me ajuda a achar resoluções para problemas de tecnologia. Me ajuda bastante (citou problema com pay pal)

Assim... Ah, outros que eu faço é legenda automática para vídeo. É... A gente usa também. Acabou de sair do vídeo ontem o reels com locução de inteligência artificial. Então tudo isso a gente usa também é acoplado a outras ferramentas. Mas vieses é o que a internet oferece né? Ele usa o que é uma internet oferece e tá cheio de vezes. Mas como pessoa que tem utilização crítica eu não uso para ele me dar ideias tão enviesadas imagino

[Pergunta 6] Você já falou das Ferramentas que você usa, mas o que que foi que te motivou a fazer uso de inteligência artificial?

[Resposta] O que me motivou a usar foi curiosidade, saber o que que tão falando disso. E o que me levou a continuar usando foi principalmente a facilidade a rapidez, porque nós conseguimos utilizar no trabalho. Às vezes, estou cansado, esgotado, ele me ajuda a pensar. Ele me dá umas ideias. Ele é um escravo digital. Agora temos um robô escravo. Ele otimiza meu trabalho, dentro de tudo o que eu faço, de imensas possibilidades. Mas sempre com você controlando ali. Não é copia e cola. Eu vejo como ficou, daí eu coloco um outro documento, organiza os ideias que faz já com o que eu penso. Não é um texto de IA. Eu transformo isso.

[Pergunta 7] Mas e as dificuldades? Você enfrentou alguma dificuldade?

[Resposta] Sim, lógico. Eu faço uso da plataforma de uma forma crítica. Eu reviso tudo que vem dali. Não é não é uma coisa de copia e cola, não é um uso preguiçoso. Com certeza, a gente sabe que o ChatGPT não é Google. Então ele não te entrega um conteúdo pronto. E ele pode te entregar um conteúdo que está errado ou então tá muito antigo ou então tá desatualizado ou então a informação não procede. Mas assim, tipo ele te dá o início e as pistas para você continuar pesquisa, para continuar à procura. Do que tu precisa então várias vezes eu pedi é que ele mande referência de artigos científico

do que você precisa. Então por exemplo eu peço referências do que ele tá falando. Ele não é capaz de fazer isso ainda. E quando ele me manda as referências, mesmo assim às vezes não batem.... Então eu faço esse uso bastante crítico com uma apuração. Com a apuração das informações que ele me dá. E esse é só um dos problemas de informação errada. A outra é que a versão gratuita ainda é super limitada, falando do chat de texto. Imagem então... Nossa, de imagens aí é horrível. Não funciona direito. Não sei de todas as plataformas que todo mundo fala. simplesmente não sai do jeito que eu queria. Então tem muitas coisas ainda que são bem ruins. Todo mundo fala de plataforma de IA para criar powerpoint, e eu nunca consegui usar. Não sei se sou eu o ignorante, ou se simplesmente não sai do jeito que eu queria. Então tem muitas coisas ruins ainda.

[Pergunta 8] Pensando na área de comunicação de relações públicas de uma forma genérica, você sente que há necessidade de Treinamento específico para os profissionais poderem fazer bom uso das Ferramentas de IA generativa?

[Resposta] Sim, tanto é que eu utilizo bastante, a e a minha chefe adora. Ela também incentiva o uso. Mas eu sei que as pessoas têm medo. Uma das pessoas da comunicação tinha muito medo e se recusava a usar (por achar que ela podia fazer os textos, não precisava do ChatGPT). Mas eu sou uma pessoa que incentiva o uso. Essa pessoa demorou muito tempo, mas depois, aos poucos, começou a usar o ChatGPT também. Então sim, precisa ter. E um treinamento interno até para fazer prompt e tal. Mas o que eu acho que é a melhor forma é autoexploração. Vai testando as plataformas, vai colocando, vai vendo que vai aos pouquinhos porque é uma coisa que a gente nunca tinha visto antes, pelo menos nós, usuário final, não. Então, internamente, os funcionários precisam de ter essa introdução, mostrando o que existe, o que é possível. a isso dentro das empresas, mas não sei se também é importante limitar o uso, tipo, dá para ir até aqui. Nunca vai te trabalho completo, mas ele vai te ajudar a chegar lá. Ele não vai te dar nada final.

[Pergunta 8] E só para ver se eu entendi assim seu ponto. E no caso de uso dele dentro das organizações, não sei se a palavra correta seria regulamentação, mas que tivessem normas regendo esse uso para evitar abusos? Seria isso?

[Resposta] Não sei se algo tão formal, porque daí vai oprimir e o pessoal vai dizer que não está usando. Rola um pouco disso assim né? Mas assim, só certificar de que teve uma revisão humana após um material pronto, que a versão pronta do material teve uma revisão, uma apuração daqueles dados, é uma prova dos nove por alguma coisa matemática né? Tipo, refaz todo o caminho para ver se tá certo. Muitas vezes eu recebo textos que são copia e cola, e eu não aceito. Eu falo que não pode ser assim.

[Pergunta 9] E para os profissionais que continuam resistentes, que tem essa dificuldade que não querem usar direito nenhum como é que você vê o futuro desse pessoal no mercado?

[Resposta] É complexo não se adaptar. Tem que saber. E não falo só do GPT. Tem IA acoplada ao adobe photoshop, muita coisa que já está incorporada e vai facilitar a vida da pessoa. Isso de ficar resistindo, eu não acho que é legal. Não acho que a pessoa vai e muito longe assim. Porque se uma pessoa que usa, uma pessoa que não usa estiverem concorrendo, a que não usa vai demorar cinco seis horas para fazer a mesma coisa que outra consegue fazer em menos tempo. Então isso vai criando esse esse GAP de otimização de trabalho. Assim, a pessoa vai ficando para trás. Eu entendo os motivos pelos quais as pessoas têm resistência. Muitas vezes mais por orgulho ferido do que qualquer outra coisa. Não quero ser substituído... Mas é a natureza das coisas. Ela veio pra ficar, não vai desaparecer. Quando um dois, três, quatro, cinco 10, 15, 20 todo mundo tá falando sobre isso e tem vinte ferramentas que fazem diferentes, disputando mercado, não tem como evitar.... É assim como foi com a chegada da internet. Teve muita gente que não quis, há 20 e poucos anos atrás. E como faz hoje pra viver? Não vive, não trabalha, não tem emprego. Então ou você incorpora essas coisas, pode-se devagar, pode ser no próprio tempo ou vai ficar... Não acho que vai ficar desempregado por que não sabe usar. Eu tenho uma visão muito recortada do que se tem hoje. Só

tenho acesso ao que se disponibiliza para o usuário final, mas pode ser que o uso vá aumentando com o tempo. E enfim, eu acho que tem vantagem competitiva para quem usa. Acho que as pessoas devem passar a usar, para ficar aware do que tem hoje.

[Pergunta 10] E você acha que de fato, a inteligência artificial ela pode substituir algumas funções humanas desenvolvidas hoje por profissionais da área de comunicação em relações públicas de sentido substituir o mesmo?

[Resposta] Eliminar posto de trabalho... Eu adoraria dizer que não, porque eu acredito que existe viéses e análises que só os humanos podem fazer. Algumas é alguns postos de trabalho vão passar por uma reestruturação mudança muito significativa. Não sei ainda o que desaparece e não desaparece, porque isso é muito catastrófico saber. Eu acho que de 15 anos para frente, não enxergo nada em uma profissão que vai desaparecer assim, do dia para noite. Mas sim, elas vão passar por uma mudança muito drástica e é isso. Se a pessoa não acompanhar, porque mesmo a inteligência, ela precisa de alguém do outro lado né? Então seja essa pessoa. Não seja a pessoa que faz o que a IA já sabe fazer. O que ele já faz? Porque daí sim, morre. Então, seja uma pessoa que vai operar a máquina, aprender com a máquina ou ensinar a máquina a fazer as coisas que tu já faz. Então acho que sim, mesmo, especialmente dentro da comunicação, porque todo mundo dá muito rápido tá muito digital. Então sei lá, a própria profissão de social media, por exemplo, talvez seja melhor fazer especializar em alguma outra coisa para poder usar plataforma para fazer né? O próprio profissão de redator de publicidade né? Tem gente que para com isso falando só de chá de pé, os designs ainda estão bem longe de eu. Acho bem longe ainda de ter a sua profissão e extinta, mas dentro do jornalismo dentro da comunicação não acho que vão precisar usar pra otimizar a vida, mas não vai desaparecer, por enquanto, não é.

[Pergunta 11] E dentro de todo esse contexto de toda essa conversa que a gente teve aqui rapidinho, tem algum outro aspecto da inteligência artificial generativa que você gostaria de destacar?

[Resposta] Sim, a gente tá vendo muita gente, tá vendo o início dessa revolução, muito no início só, já estão com medo e já estão tentando regulamentar. Eu acho que regulamentações precisam acontecer em todos os setores é sem lei não dá, não é? Tecnologia também sem lei, não dá. Então é preciso ser regulamentado para que haja limites constitucionais para isso. É uma das coisas. Eu acho que eu mais tenho medo que me angustia muito com a inteligência artificial generativa são os deepfakes. São essas questões que é misturam a identidade humana com a tecnologia. E daí como que prova que não é? Cada vez mais difícil fazer o mal também assim como otimizamos o trabalho de quem faz o bem, o trabalho mudando mesma na mesma, otimiza o mal, os golpes, as fraudes, tudo isso. Então vai escalonar na mesma intensidade. Então e quanto menos pessoas estiverem usando, mais elas vão ficar suscetíveis de cair nesses golpes nessas coisas, né? Então eu acho que uma das principais questões envolvendo A generativa é isso. A possibilidade de criar vídeos falsos, vozes falsas. Isso vai ter impacto na remuneração de profissionais. Artistas por exemplo. Se hoje qualquer pessoa faz uma música, um remix para Tik Tok com a voz do Galvão Bueno cantando... Tipo, aonde é que é legal? É engraçado? Mas ao mesmo tempo, mas ele não tá recebendo por isso. E os próprios locutores pode ser uma função que pode acabar, não é? Pode ser que diminua ou que talvez acabe. Então é essa possibilidade de uma coisa que a gente tá falando com o texto? Beleza! É o texto para máquina, tá ali. Mas imagina... eu tenho medo disso de deepfake, um pouco. Até eu entender como funciona, eu ainda tenho medo.

[Entrevistado B7]

Cargo: Redatora (Marketing and Communications)

Área de atuação: Tecnologia

Sexo: Feminino

Idade: 24 anos

Experiência Profissional: 7 anos

País: Brasil

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Sim. Chat GPT, basicamente para revisão gramatical e editoração de textos.

[Pergunta 2] O que você entende por Inteligência Artificial?

[Resposta] Uma tecnologia capaz de pensar e ajudar no desenvolvimento de atividades humanas, mas sempre com o apoio de um humano em alguma parte do processo.

[Pergunta 3] Quando se fala em Inteligência Artificial generativa, o que vem à sua mente?

[Resposta] GPS. Tecnologias como a do GPS, que nos ajudam em tarefas, a realizar coisas, a chegar em algum lugar.

[Pergunta 4] Há quanto tempo utiliza IA generativa?

[Resposta] Há uns dois anos.

[Pergunta 5] Foi uma opção sua ou é uma política da organização em que você trabalha?

[Resposta] Não era política da organização, mas tive um gestor que me apresentava várias ferramentas. E eu segui utilizando. No início eram mais ferramentas para edição de áudio, que era gratuitas, e isso era muito econômico, pois pagar um estúdio de áudio para fazer o trabalho, muito custoso.

[Pergunta 6] Em que tipos de tarefas ou atividades mais utiliza a IA?

[Resposta] Inicialmente, para edição de áudio e hoje, para edição de texto e revisão (basicamente gramática)

[Pergunta 7] Gostaria de citar alguma ferramenta ou solução em específico?

[Resposta] Que eu me lembre agora Chat GPT. Mas tenho amigos de outras áreas na empresa, mais focada em design, e eu sei que eles usam ferramentas para criação de imagens, ferramentas de IA específicas, mas não me lembro do nome.

[Pergunta 8] O que te motivou a começar a fazer uso da IA?

[Resposta] Meu antigo gestor e a facilidade e economia que propiciava.

[Pergunta 9] Quais os principais benefícios que a IA trouxe para o seu trabalho ou para a organização?

[Resposta] Praticidade. Agiliza o trabalho.

[Pergunta 10] Quais são as principais dificuldades que você enfrenta no uso de ferramentas de IA?

[Resposta] Não acho difícil. Mas às vezes eu peço uma coisa, elaboro um prompt muito bom, e o resultado vem totalmente diferente do que eu esperava. Meus amigos da área de design também relatam situações parecidas. Da dificuldade que foi até chegarem num prompt para a criação de uma imagem que realmente parecesse real. Então a dificuldade que eu vejo hoje é essa: a ferramenta ainda precisa melhorar, pois nem sempre entrega o que eu espero.

[Pergunta 11] Você sente que há necessidade de treinamento específico para o usar as ferramentas?

[Resposta] Não. Acho que as pessoas vão aprendendo. As ferramentas são muito intuitivas.

[Pergunta 12] Como vê o futuro dos profissionais que não usam IA?

[Resposta] Não consigo pensar em como eles estarão. Há muitas mudanças acontecendo então não consigo fazer uma previsão. Eu mesma hoje atuo em uma área que não existia quando eu estava na faculdade. Eu achava que trabalharia em jornal, e hoje estou aqui cuidando de conteúdo, SEO, ranqueamento de google, em uma grande empresa. Então creio que não dá para fazer uma previsão.

[Pergunta 13] Você acha que a IA poderá substituir algumas funções da comunicação no futuro?

[Resposta] Acho que as mudanças na área de comunicação sempre ocorreram. Há muitas atividades que existiam no passado e hoje já não existem mais, como a de revisor em jornais (eu mesmo nunca conheci nenhum). Então creio que essas mudanças fazem parte da trajetória da área de comunicação e não será por causa da IA, mas porque é um processo natural de evolução da área.

[Pergunta 14] Há algum outro aspecto do uso de IA que você gostaria de compartilhar ou discutir?

[Resposta] O risco que eu vejo é na questão da proteção de dados e em saber qual a origem das informações usadas para treinar a ferramenta.

[Entrevistado P1]

Cargo: Employer Branding & Communication Manager

Área de atuação: Transporte/ Revenda de automotores

Sexo: Feminino

Idade: 31 anos

Experiência Profissional: 7 anos

País: Portugal

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Utilizo. Utilizo o ChatGPT, agora comecei a testar o Copilot também, e comecei a usar o Gemini, e é o que eu estou a gostar um bocadinho menos, pra já. E depois algumas que não são bem de AI, como o Google Analytics para tirarmos aqui algumas previsões também de estudos de mercado que acabam por complementar-se umas às outras. Que temos explorados outras para o desenvolvimento, mais imagens e coisas assim desse gênero.

[Pergunta 2] E o que você entende por inteligência artificial?

[Resposta] De forma muito leiga eu diria que é esta parte mais robótica, computadorizada, que vai aprendendo conosco. Porque eu acho que a Inteligência Artificial não é nada sem a parte humana, também. Portanto, aqui esta questão de ser uma máquina que está em constante aprendizagem com as informações que nós lhe passamos, em que objetivo principal é facilitar o dia a dia de quem utiliza e conseguimos chegar a fins a melhores e mais rápidos do que aquilo que conseguimos sozinhos.

[Pergunta 3] E qual a primeira coisa que vem à sua cabeça quando você escuta falar em inteligência artificial generativa?

[Resposta] Essa questão de se calhar que ele foi um bocadinho do Analytics (Google) assim, todos de gestão de dados. Penso logo em dados. Gestão de dados, Analytics, criação de imagens, de vídeos, mas a primeira coisa que me vem à cabeça é dados.

[Pergunta 4] Há quanto tempo que você tá utilizando a inteligência artificial na sua atividade.?

[Resposta] Eu diria que está perto de fazer um ano. Comecei a usar muito ano passado, mais a sério.

[Pergunta 5] Essa adoção foi uma opção sua ou era uma política da empresa?

[Resposta] No início, quando eu comecei a usar, sem ser diariamente a nível laboral, foi muito de “Oh, o que é isso que está a entrar agora no mercado? Vai tirar o meu emprego, não vai? Vou ver o que é que isto faz”. E, entretanto, a minha entidade empregadora sempre foi, felizmente, muito a favor, tipo “usem isto, não há mal nenhum, isso facilita o trabalho” é, portanto eu diria que foi um bocadinho, um misto dos dois: a curiosidade que eu tinha de saber o que era, o que é que podia fazer com ela e como que podia ajudar no meu dia a dia, porque tudo que puder ajudar fazer o meu trabalho é super bem-vindos e na realidade entidade empregadora também quer também quer isso... Quer as pessoas com mais tempo, pois há tanta coisa, tantos projetos a acontecer, tantas coisas novas, e queremos fazer com que o nosso dia seja o mais fácil e produtivo possível. Portanto, aqui nesta perspetiva de que posso me apoiar numa ferramenta que vai melhorar a o meu dia a dia e o trabalho, então usa. Tudo aqui um misto curiosidade da minha parte e da empresa também promover.

[Pergunta 6] Em que tipo de atividades você mais utiliza a inteligência artificial?

[Resposta] Eu tô aqui na parte da comunicação, portanto é toda parte criativa de comunicação, porque nós fazemos cartazes, textos, blogs, logo tudo em mais alguma coisa, às vezes aquilo que era uma tarefa que, há quatro anos atrás, de perdemos muito tempo em pesquisas de termos, de SEO, de Keywords, e testas, o que funciona, o que não funciona...Eh eu acho que o interessante a IA é muito boa também na parte preditiva daquilo que o meu público alvo também vai querer ver, e portanto, ajuda-nos muito a

reduzir este tempo de busca em conteúdos que podemos criar. Ideias de conteúdos, não, o conteúdo em si. Portanto, é uma ajuda excecional porque aquilo, com analisados preditivos, ajuda-nos a chegar muito mais rápido àquilo que as pessoas querem ver e depois nos criamos o conteúdo muito mais direcionado. Mas preferimos certo, já escrevemos um artigo e pedimos para melhorar, pedimos sugestão de SEO para um artigo ser bem indicado em termos de busca, e usamos muito quanto estamos bloqueados. Às vezes ficamos bloqueados para ter ideias para um projeto, uma campanha... então é o desbloqueio que vem das ideias que a IA nos dá. Então sempre nos dá ideias, mas nunca usamos as ideias a 100%, mas há sempre ali um trigger, um gatilho tipo “pah, por que não pensei nisso antes”. E partimos, com base naquela ideia que o ChatGPT nos deu, a criar muitas coisas a partir dali. Então é isso, é uma ajuda com relação ao que podemos fazer com o nosso público alvo, com os dados que temos e depois, eventualmente algumas sugestões de ideias, coisas que podemos fazer e apoio para melhorar o que já estamos a criar.

[Pergunta 7] O que te motivou mesmo a começar a usar a inteligência artificial?

[Resposta] É sobretudo a praticidade, por exemplo, o meu core não era não era copy, portanto eu tinha muita dificuldade muito essa parte. Às vezes é que a questão do despontar uma ideia ou uma frase que eu tava ali, travada, que não conseguia passar daquilo à frente, então ajudou-me imenso, porque às vezes eu perdia horas, às vezes cinco horas em um texto e agora perde-se, se calhar, uma ou duas, portanto reduziu aqui muito esta parte de tempo. Portanto a nível pessoal foi muito isso de melhorar o tempo e as dores de cabeça que às vezes até uma e frustração por não conseguirmos escrever e tal. Já chega a um ponto que é frustrante, não conseguimos sair dali. Portanto, ajudou imenso. E eu também estive durante algum tempo em uma outra empresa, que era uma empresa de IT e eu não sabia nada de IT, e tinha que escrever artigos sobre termos até que eu não fazia ideia de que que eram e tinha que escrever coisas muito rápidas eh e não tinha tempo para ir ler 57 mil artigos, ver tutoriais, coisas sobre termos que não fazia ideia, então a artificial foi muito boa também nessa parte. Pá consegues encontrar os melhores artigos sobre este tema específico e ele conseguia

resumir os principais artigos eu conseguia, a partir dali escrever um artigo, um artigo ali melhorado. Isto acontece a muitas pessoas, com temas muito específicos, e que não são da minha área. As pessoas têm que escrever sobre coisas que não aprenderam em lado nenhum... E também facilita muito nesta questão de resumo, quase como um professor de a base. E eu “Tá aqui!” E depois “Olha, eu escrevi isto. Tá certo? Estou a dizer algo mais a partir daqui? Então foi muito por aí.

[Pergunta 8] Conseguiria pontuar assim as principais dificuldades que você enfrenta no uso dessas ferramentas no dia a dia?

[Resposta] Penso que eu que não há inteligência artificial sem a parte das pessoas e acho que nós da comunicação não podemos, aliás, acho que isto nunca vai acontecer, acho que a inteligência artificial não vai substituir a parte criativa porque, A IA vai sim nos dar ideias, vai sim ajudar no nosso trabalho. Eh, mas uma das dificuldades que temos, e se calhar ainda bem, é que a IA nunca nos vai dar nada ou menos por enquanto, nada super focado à nossa realidade, porque cada realidade de cada nicho, cada empresa, cada tópico é muito específico e como estamos a falar em comunicação corporativa, é tão específico, a nossa realidade, de trabalhar da minha empresa, não é a mesma que outra realidade, mesmo dentro do mesmo setor, são coisas diferentes, a forma de comunicar é diferente. Então a Inteligência Artificial ainda não consegue fazer isto. Não consegue ter este detalhe este conhecimento, daquela realidade e das pessoas específicas daquela empresa para quem estamos a comunicar. Portanto, uma das dificuldades e eu acho também, e ainda bem, porque se não, aí sim. seríamos todos substituídos, é essa. A outra é que a realidade às vezes é tão específica que eu sinto que às vezes que estar ali a explicar uma vez, duas vezes, três vezes... E “Ah, mas não é isso. Ah, mas não é isso não, ainda não estás a chegar lá, não é bem isso. Dá mais 20 hipóteses que eu não estou a gostar de nenhuma dessas”. E é normal, porque a IA não está ali, ela não é uma pessoa, não está na realidade, não tá na empresa há 10 anos, não conhece o que é que nós estamos a viver. E a segunda coisa por que eu acho que a IA deve ser usada como um suporte para despontar novas ideias é despontar até o lado mais feio que as pessoas podem ter quando estamos mais fechados. E como toda a gente está a usar, e a maior

parte das pessoas até de uma forma mais gratuita não é, aquilo que a IA vai dizer para mim e para minha empresa não é o mesmo que vai dizer para a tua. Ou é a mesma coisa por outras palavras, portanto, acho que é também é preciso ter um cuidado, porque muitas vezes eu vejo em muitos posts de LinkedIn, sobretudo, os mesmos tipos de frases, as mesmas coisas que dá quase sempre temos que perceber se ir algum checador de IA dá para perceber depois se isto foi totalmente descrito pelo IA. Porque eu própria já pedi ajuda para uma coisa dos gênero e esta frase apareceu-me. Portanto, eu acho são essas duas dificuldades. Porque nunca consegue chegar exatamente ao que eu quero que é uma coisa uma má, mas é boa E eu acho que é mal depois para a parte da comunicação também termos este cuidado de não fazermos exatamente o mesmo que outras empresas fazem ao utilizarem a inteligência artificial porque perdemos a essência da comunicação.

[Pergunta 8] Você acha que há necessidade de treinamento específico para os profissionais de comunicação e de RP para usarem IA?

[Resposta] Eu acho que sim. São ferramentas novas, mas não assim tão novas e são ferramentas que não vão desaparecer. Ao contrário. Daqui a três anos vão continuar existindo e de uma forma muito melhor do que a que existe hoje em dia. E se as empresas não prepararem as pessoas também para perceber em como funcionar como uma ferramenta, que acho também é também importante estamos todos também a aprender, porque é muito mais do que até criação só de texto para um postzinho nas redes sociais. Há de ser muito mais do que isso. E se as empresas não investirem na formação de algumas pessoas para desenvolverem também esta parte, terem conhecimentos interno, acho que vão começar a ficar, eh para trás comparativamente a outras que façam. E acho que também mais do que o conhecimento em como se faz, acho que as empresas devem investir também em abrir a mente das pessoas. Eh nesta questão de, não é isto que vai tirar o trabalho. As funções vão mudar e não é daqui a 10 anos, é no futuro muito próximo, já está a acontecer. Já temos funções que já estão a alterar e as tarefas quase no dia a dia mudam por causa destas ferramentas. Portanto acho que é mesmo importante moldarmos a cabeça das pessoas até das mais velhas que

dizem “Ah, não vou usar isso porque é melhor escrever a mão, é melhor fazer isto sozinho. Vai tirar o trabalho.” E não é isso. É uma ferramenta que está aqui para, aliás, não é uma ferramenta, são várias ferramentas que são aqui para ajudar em nosso dia a dia, ajudar nossa função para nós termos tempo para desenvolver outras coisas que se calhar não tínhamos há cinco anos atrás, quando se calhar tínhamos que estar arquivando papéis, tínhamos que estar a ler se 70 páginas de um documento, quando só nos interessa uma linha, e agora podemos ter aquilo resumido em dois minutos com uma ferramenta destas. Portanto, eu acho que são estas duas coisas mais importantes que as empresas devem se focar. A não só formar pessoas para saberem como dar o melhor uso as ferramentas, mas também passarem a mensagem e abrirem um bocadinho os horizontes a quem já lá esta, se calhar pessoas um bocadinho mais velhas, que isto não vem tirar o trabalho a ninguém, vai moldar um bocadinho o que é a função, para o melhor das próprias pessoas também. E enquanto não tivemos também esse virar de pensamento, eu acho que é muito difícil, porque as pessoas não vão sequer querer aprender, porque não querem ser substitutas por uma máquina. E não é isso que vai acontecer.

[Pergunta 9] Você pudesse falar um pouquinho sobre esse uso da inteligência artificial para dados dentro do contexto do seu trabalho, seria interessante.

[Resposta] Nós temos a questão da gestão das redes sociais e essas ferramentas nos dão tantos dados, tantos dados e infelizmente a nossa equipa ainda muito pequena, pelo menos falta minhas experiências, para conseguirmos ter mais uma pessoa que seja especializada, deveria acontecer, mas enfim, não temos uma pessoa especializada em análise de dados para estar ali, dia um sim um dia não, só olhar para os dados para conseguirmos ter as análises deles. O que nós podemos fazer é tirar estas relatórios que já são automatizados da das próprias ferramentas e pedir aqui apoio para a criação de relatório que condense estes dados, que façam estes estudos para termos estes dados estudados, para vermos como é que eles estão a convergir entre si. Fizemos esta campanha nas redes sociais e tivemos estes dados neste tempo de visitas ao site. O tráfego aumentou ou diminuiu? Porque que achas que isto aconteceu? O nosso público

alvo é este, portanto esta análise é fazemos para criar até muito relatórios que nos ajuda imenso a analisar os dados que nós não temos. Infelizmente não temos tempo suficiente para analisar dados bem analisados. E a parte preditiva também, que é se tiramos este relatório e estes tipos de posts que nós fizemos, tiveram os resultados, conseguimos prever que se fizemos posts deste determinado tipo, com este determinado conteúdo vai continuar a funcionar. Portanto eu acho que é muito bom nesta análise. Ainda estamos a testar. Ainda somos muito verdes, não temos formação, ainda estamos a aprender todos os dias um bocadinho sozinhos, mas nesta questão de análise preditiva tem nos ajudado imenso. Por exemplo, fizemos 10 vídeos e mais três posts com imagens. Os vídeos tiveram resultados mau. Então pá, não faças mais vídeos. O que nós fazemos é só imagens agora. Portanto, esta questão de testes começamos em PowerBI, e eu ainda sou muito leiga, super, mas estamos também a desenvolver aqui internamente também essa parte para também conseguirmos ter análise em PowerBI, e que vão buscar os dados automatizados a tudo e mais alguma coisa para conseguirmos ter até condensado num sítio só esta parte. Mas já está. É preciso perceber como é que a IA funciona para conseguirmos criar, portanto estes relatórios em PowerBI, porque nós temos a ferramentas que não vão buscar os dados e vai tudo para o PowerBI e é a Inteligência Artificial que nos vai fazer uma leitura desses dados e nos dar uma melhor análise daquilo que fazemos. Agora e estamos em testes. Infelizmente não temos pra já formação sobre isso, mas tem nos ajudado bastante a tentamos ver pelo menos caminho. E vamos assim, em testes, tentativa e erro.

[Pergunta 10] Tem alguma outro aspeto da inteligência artificial? Seja generativa preditiva que te procura ou que te agrada muito. Que você gostaria de compartilhar?

[Resposta] Eu não consigo pensar em nada que me desagrade, mas uma das preocupações é o que podemos partilhar, por conta da RGPD, e eu e minha equipa que temos tido muito cuidado com isso, da questão do que podemos partilhar por conta da confidencialidade. Isso é uma das coisas que acho que devem preocupar e eu diria todos os profissionais e todas as empresas neste momento. As pessoas que usam às vezes podem ter a por lá relatórios de coisas confidenciais e aquilo fica cloud deles para

treinamento dos Robôs. Isso é uma das é uma das grandes preocupações que eu tenho para com a minha equipe. Eu digo usem e pá, mas tirem qualquer coisa que identifique a empresa, tirem os números, usem lá 0000. Portanto, temos muito esta preocupação. Preocupação. Mas a maior parte das coisas me agradam porque há coisas chatas e havia que eu que a gente ficava horas a pensar “quando tiver vai ter que ter ideias para fazer isto ou agora vou ter de pesquisar datas comemorativas para uma coisa tão simples. Vou ter de ir para o Google pesquisar feriados municipais de Portugal ou datas comemorativas mundiais ou ver aquilo tudo vira 10 sites diferentes para perceber o que que há se está certo. Se faz ou não sentido para nós... e perdemos horas e horas e horas nestas coisinhas” que, ninguém gosta. Não me traz valor agregado porque eu não estou a aprender nada com isso Então, tem coisas assim, deste sentido, ao menos, que me tira horas de carga de trabalho. Ninguém chega ao fim do dia e diz adorei. Adorei estar hoje quatro horas no Google, lá procura de feriados. Portanto poder reduzir estas 4 horas de trabalho para 30 segundos, porque o ChatGPT me dá a lista direitinha, e depois só temos que escolher e depois pensar em na parte criativa, que efetivamente, acho que aquilo qualquer profissional em princípio da área vai fazer, que é esta parte de criar, de pensar, de ter ideias novas, melhorou imenso, porque aquelas quatro horas que eu gastava a se calhará à procura de um feriado ou alguma data comemorativas especial, posso estar com a minha equipa a ter ideias parvas e a pensar num design, a pensar em vídeos a pensar de outras coisas que efetivamente nos fazem crescer, nos fazem aprender a gostar de fazer aquilo que fazemos, eh que são realmente importantes. Porque as outras coisinhas deste tipo são tão...qualquer pessoa pode fazer uma pesquisa. Porque não, o ChatGPT? Até os estagiários. As vezes nós passamos estas coisas mais chatas para eles fazerem... Eu acho que até desmotiva. Eu acho que o que eu gosto mais é de conseguir pegar o tempo que eu perdia a fazer as coisas chatas, e poder investi-lo, investir na minha carreira, naquilo que é a minha função e sentir que estou efetivamente a crescer e trazendo valor acrescentando à empresa.

[Entrevistado P2]

Cargo: Internal Communication

Área de atuação: TI

Sexo: Feminino

Idade: 35 anos

Experiência Profissional: 12 anos

País: Portugal

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Sim.

[Pergunta 2] E o que é que você entende por inteligência artificial assim de modo geral?

[Resposta] Eu não consigo entender a inteligência artificial sozinha, então eu penso nas ferramentas de inteligência artificial. Então, para mim, as ferramentas de inteligência artificial são algo que, na minha perspectiva, vieram me ajudar a fazer aquilo em que eu precisava ser um bocadinho mais eficiente, e a ter aqui quase um companheiro de discussão quando estou sozinha a trabalhar em casa, por exemplo, neste caso, principalmente em equipas geograficamente dispersas, é mesmo aqui um companheiro para eficiência.

[Pergunta 3] E quando a gente fala em inteligência artificial generativa, qual que é a primeira coisa que vem a sua mente?

[Resposta] ChatGPT.

[Pergunta 4] Há quanto tempo você vem utilizando a inteligência artificial ou especificamente a inteligência artificial generativa na sua rotina?

[Resposta] Eu comecei a usar quando comecei a trabalhar nesta empresa, ou seja, vai fazer agora dois anos. Mais ou menos em dezembro, janeiro, de 2022. Quando comecei a trabalhar aqui eu comecei a sentir necessidade de explicar conceitos complexos que eu não conhecia. Então foi quando comecei a usar e comecei a explorar. Foram meus primeiros passos.

[Pergunta 5] E foi uma opção sua ou foi uma política da própria organização?

[Resposta] Foi uma opção minha.

[Pergunta 6] E em que tipo de tarefas ou atividades você mais utiliza?

[Resposta] Inicialmente, e ainda agora, às vezes para explicar conceitos complexos, por exemplo, eu entrei numa área de trabalho em que nunca tinha trabalhado. Eu trabalhava com cosmética, que foi a minha última experiência, e passei para um mercado de IT, que é muito diferente e tem muitos conceitos associados que tem que ser muito adaptado da realidade da tecnologia e de uma empresa tecnológica. E isso não é fácil a uma primeira vista, e numa primeira pesquisa do Google, compreender o que querem dizer. Por exemplo, lembro-me que a minha primeira pesquisa era sobre support sellers e eu não sabia o que eram. Então eu consegui perguntar facilmente ao ChatGPT que eram no contexto de uma empresa de IT. E ele deu-me uma resposta. E eu a partir daí continuei a fazer perguntas até conseguir perceber: “Ok. Isto faz sentido neste contexto em que eu estou a trabalhar. É isto!” Depois consegui confirmar o que eu fiz depois, o next step foi confirmar isso com o colega da área. “Olha, eu acho que é isto. É mesmo isto?” E a pessoa diz-me que sim ou que não. E na altura, disse-me que sim. E eu percebi que podia usar realmente estas ferramentas nesse sentido. Depois ajudam bastante também em resumos. Se eu receber uma um relatório bastante denso mais complexo, posso lhe pedir “por favor, resuma isto em três ou quatro bullet points,

e ajuda pelo menos, então, quase um mastigar inicial, não é? Depois eu consegui procurar informação e perceber onde é que ela está, uso também para brainstorming... Eu já tenho algumas ideias e imagina que você tem que ter aqui uma estratégia de comunicação interna e tem alguma ideias dos passos do que nós podemos fazer, mas posso conversar com ele e dizer “Olha, vamos lançar esta estratégia nova. Vamos lançar a estratégia de 2025. Estou a pensar em fazer este, este, e este passo. Quais são outros espaços que poderia dar considerar? E por exemplo, passos para diferentes target groups.” Acho que também é interessante na produção de conteúdo. Pode ajudar com outras ideias para formular certas frases. Às vezes na nossa cabeça nós temos a frase já muito.... Já trabalhamos tanto nela. no texto, que parece já não saem outras ideias. E facilmente. podemos pedir para fazer um rephrase. Não precisamos, eu pelo menos não uso as frases tal como elas saem. Eu sempre as adapto e integro-as, o que acaba por dar aqui um bocadinho de diferença ao conteúdo que estou a produzir. Acho que o top três usos são esses: sumário, rephrase, e perceber conceitos mais complexos.

[Pergunta 7] Além do ChatGPT, vocês usam alguma outra ferramenta para alguma outra atividade dentro do seu contexto de trabalho?

[Resposta] É mais o ChatGPT, neste momento. Estou também a começar a explorar algumas ferramentas de criação de imagem e vídeo, por exemplo, o Canva também tem para a criação de imagens, mas ensina muito embrionário porque em comunicação interna, normalmente não usamos. Pelo menos não para já, não temos tantas imagens geradas através da inteligência artificial. Pelo menos não é diretamente. Mas, por exemplo, o nosso departamento de design, há algumas imagens que produz através de Inteligência artificial, mas é essencialmente ChatGPT e agora poderá haver a oportunidades de usarmos o Copilot da Microsoft, mas ainda não usei. Ainda estou no tradicional.

[Pergunta 8] De modo geral, você pode dizer o que te motivou mesmo a começar a fazer o uso dessa tecnologia?

[Resposta] Foi essa necessidade de tentar explicar termos mais complexos que ainda não faziam parte do meu dia a dia.

[Pergunta 9] O que que você enxerga como os principais benefícios que usar essas ferramentas no trabalho?

[Resposta] Eficiência, poupança de tempo, por que realmente, em vez de fazer 20 pesquisas, faço duas ou três interações e consigo resultado, e também te poupa tempo neste sentido de “Ok. Eu estou aqui já há muito tempo presa neste problema e ajuda-me aqui a desbloquear um bocadinho” e realmente ajuda-me a poupar o tempo nesse sentido, porque depois conseguimos treinar a ferramenta dá para tu, consegue mesmo ser aqui um buddie.

[Pergunta 10] E em termos de dificuldades, quais as principais dificuldades que você enfrentou nesse seu processo?

[Resposta] Eu acho que é uma aprendizagem contínua, por exemplo, ainda agora acho que não tiro o proveito total de todo, da ferramenta. Por isso, para mim, a dificuldade passa pelas questões de confidencialidade, há coisas que não se podem, que não podemos disponibilizar à ferramenta. Por causa disso é que às vezes é que esta esta finura de se perceber o que é que se pode disponibilizar ou não e é estar à par de como é que a ferramenta ela vai evoluindo. É ter tempo para estar a par mais um bocadinho.

[Pergunta 11] E você sente que há necessidade assim, de um treinamento específico para os profissionais de comunicação ou de RP poderem utilizar melhor a inteligência artificial?

[Resposta] Eu acho que sim. Eu acho que ajudava. Por exemplo agora, o que nós temos é tudo muito genérico. Normalmente eles dizem que são produções de prompt, não são adaptadas à comunicação, ou seja, já começamos a ter algumas. Já começam a aparecer algumas mais no sentido, por exemplo, por marketing digital, mas nunca ainda para a

comunicação. Pelo menos ainda não vi nenhuma para a comunicação e acho que realmente seria importante ter aqui uma formação um bocadinho direcionada para os nossos desafios diários. Quer seja criar um rascunho de raiz, mas já com o nosso tom de voz que nós criamos. Como é que podemos treinar a ferramenta para falar com o tom de voz que nos criamos? Falar para o target que nós queremos? Como é que nós podemos inserir esses targets e essas coisas para conseguirmos realmente tirar o proveito total, para nós podermos focar depois em outras tarefas que também são igualmente importantes.

[Pergunta 12] E como é que você vê o futuro dos profissionais que não utilizam inteligência artificial?

[Resposta] Ela não quer dizer que vão ficar obsoletos, não vão. Acho que ainda vai haver lugar para estes profissionais. Agora acho que poderão ficar um bocadinho. Não vão ter tantas vantagens competitivas, se calhar. Porque acho que encaram muito estas ferramentas como o inimigo, e não o são. Elas de facto ajudam-nos aqui e andar um bocadinho mais depressa, a dizer aqui outras ideias, a conseguir gerar outras ideias, que às vezes sozinhos não conseguimos, mesmo em equipas. Eu falei do meu exemplo, que estou sozinha em Portugal e não estou fisicamente com a minha equipa, porque está na Suíça, em Singapura, por isso não estou sempre com eles, e ajuda-me aqui nesse sentido da discussão. Acho que estes profissionais poderão ter menos vantagens, se calhar, no mercado de trabalho, porque eu vejo esta evolução. Ainda aqui uns tempos atrás, eu vi uma vaga e que já falava de infundir AI nas equipas. E era função de profissional de comunicação, que já percebesse como é que poderia usar as ferramentas de AI e como é que poderia falar disto, de infundir a AI nas equipas. Por isso eu acho, nesse sentido, acho que pelo menos usar. Não é preciso usar a todas as horas do dia, mas pelo menos usar em algo básico, num nível básico, é importante até também para avançar na carreira. Por que o progresso está aí e nós daqui há uns anos dizíamos que fazer trabalhar em casa, que nunca ia acontecer, e fazer reuniões via teams nunca ia acontecer porque o contato humano era essencial... Mas... tivemos que ultrapassar certas plantas. Acho que é acho que é também essa fronteira agora de perceber que as

reuniões via teams não são o inimigo, o ChatGPT e ferramentas de AI também não são. São um complemento ao nosso dia a dia e que devemos abraçar.

[Pergunta 13] E assim, fazendo um exercício de futurologia qual que é a sua visão de futuro da inteligência artificial dentro da realidade da comunicação ou de relações públicas nas organizações em geral, no dia que você acha que isso pode chegar?

[Resposta] Eu acho que pode chegar aonde nós deixarmos chegar. E também vai ser importante nós, e gosto de achar que as empresas e os profissionais vão ter o discernimento para só deixar entrar só até onde se tem que entrar. Porque isto, facilmente, que nós poderíamos ter todo o nosso conteúdo produzido por ferramentas de AI. Mas isso não faz sentido, porque é preciso a perspectiva humana e temos que ter sempre aqui a perspectiva humana para conseguir dar alguma... para humanizar o conteúdo, para torná-lo mais relatable, para ser mais bem compreendido. Porque a Inteligência Artificial, por mais que evolua, espero eu que não consiga, não vai conseguir ter o toque para perceber. Por isso, pensando no futuro, e eu gosto de achar que as empresas de comunicação e os profissionais vão deixar entrar a Inteligência Artificial, mas não vão perder o toque bem, ou seja, sendo uma ferramenta de trabalho e não sendo o produtor de todo o nosso trabalho. Eu gosto de achar que o futuro é assim, que é meio a meio, e que nós temos a consciência do que é o que nós podemos usar e o que é que vamos usar e pode nos dar mais eficiência e que vamos conseguir produzir outras coisas, porque mantemos o nosso lado humano envolvido.

[Pergunta 13] E tem algum outro aspeto da inteligência artificial que você gostaria de compartilhar de discutir?

[Resposta] A minha preocupação é mesmo aqui na questão de as pessoas perceberem os perigos da inteligência artificial mesmo para a comunicação. A questão da confidencialidade, por exemplo, das pessoas perceberem que, se for uma ferramenta open source, o que nós deitamos lá dentro está para o mundo. A ferramenta vai aprendendo com aquilo que nós vamos dando. Então é preciso ter esse cuidado. E

depois também vai ter o cuidado das empresas de formarem os seus, não só na área da comunicação, mas é em todas as áreas, de formarem os seus Recursos Humanos para perceberem “Ok. É aqui que o limite está e é até aqui que nós podemos ir. Esta é informação que não podemos colocar. Tenham cuidado com isto. Tenham cuidado com aquilo...” Acho que essa é a minha preocupação. É que haja realmente esta formação pela parte das empresas, das pessoas conseguirem perceber as oportunidades, mas também os riscos. O resto acho que é acompanhar um bocadinho o ritmo da evolução. Nem todos precisamos ser super proficientes em AI, eu não sou, não sou super Máquina a trabalhar com ferramentas de inteligência artificial, mas sou curiosa e vou pesquisar e vou usar por isso, acho que, na generalidade acho que é ser curioso, ter algum medo, mas não ter o medo todo, de experimentar e de aproveitar aquilo que a AI nos traz.

[Entrevistado P3]

Cargo: Communications Director

Área de atuação: mobilidade urbana

Sexo: Masculino

Idade: 37 anos

Experiência Profissional: 15 anos

País: Portugal

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Utilizo. Utilizo o ChatGPT. E vou testando algumas outras. Já testei aquela do wink também, ou seja, muito do prompt, sobretudo aproveitando aqui o que o ChatGPT vai dando, colocando questões e desafiando até brincar um bocadinho utilizada aqui

algumas coisas que acho que são interessantes até para nossa área e sei que minha equipa... Eu aqui nesta empresa estou a gerir uma equipa de seis pessoas e a minha equipa vai usando por aí o ChatGPT.

[Pergunta 2] E quando se fala em inteligência artificial, o que que você entende por inteligência artificial? Assim, de um modo genérico?

[Resposta] Eu acho que a influência artificial no fundo, vai, aliás, está a transformar o mundo em que vivemos. E que eu posso dizer, o que eu entendo por inteligência artificial é um bocadinho a construção camadas, ou seja, é como se a tecnologia, e neste caso, a informática, trabalhasse muito camadas, aprendesse quase de forma automática algumas coisas e vai facilitando a vida de quem ouse a usar de forma conveniente. Vai automatizando algumas coisas eh vai ajudando em algumas tarefas. E temos a inteligência artificial aplicada, por exemplo, a condução à forma como como as viaturas hoje em dia já tem uma série de ajudas à condição. Ou seja, se usada corretamente pode melhorar a nossa a nossa vida.

[Pergunta 2] E sobre a inteligência artificial generativa? Quando você escuta esse termo o que é que vem na sua cabeça?

[Resposta] Dinamismo e capacidade de aprendizagem.

[Pergunta 3] Há quanto tempo você vem adotando essas ferramentas?

[Resposta] Eu diria que talvez do início de 2023... por aí. Há uma fase a dois anos um ano e meio, por aí. Eu diria que hoje em dia, como até com as minhas funções tem uma função muito gestão e de pensamento estratégico e menos da operação, já uso menos. Mas há dois anos, um ano e meio atrás, usava mais, por exemplo, para notas de imprensa, comunicados, muitas vezes para estabelecer aquele primeiro esqueleto do comunicado. Lançava ao GPT “quero um comunicado sobre o lançamento de alguma coisa...” E ele

fazia-me uma base, que eu depois trabalhava em offline. Hoje em dia, como o meu trabalho passa mais por gerir, pensar e muitas vezes também rever, eu já não uso tanto.

[Pergunta 4] E essa opção de uso foi opção sua ou foi uma política da organização?

[Resposta] Foi uma opção minha. Foi mais uma questão de teste e ver daquilo que podemos retirar da ferramenta.

[Pergunta 5] Você pode dizer assim que o que te motivou a fazer o uso dessas ferramentas foi?

[Resposta] Foi mesmo testar, conhecer curiosidade.

[Pergunta 6] Para qual tarefas você usava? E você disse que você incentiva a sua equipe a utilizar hoje em dia, né? Para que atividades que ele é geralmente usam?

[Resposta] Eu acho que eles usam muito para cópias e todas as vezes, até, eu fico um bocadinho com o pé atrás porque eu sinto muitas vezes falta algum toque pessoal. No sentido de que o ChatGPT não consegue com efetividade garantir o nosso tom de linguagens da comunicação, o nosso tão próprio da marca. Nossa marca tem um tom muito próprio e acho que o ChatGPT não consegue, obviamente, chegar a esse a esse tom com tanta facilidade, porque é, obviamente, muito mais genérico não é. E criam um tipo copy para nossa empresa como poderiam criar uma outra empresa. Eu estou me a lembrar, por exemplo, outras coisas que eu uso é quase um brainstorming com o ChatGPT. Nomes de rúbricas, nomes de iniciativas que vamos ter...E pronto, ele faz bem esse trabalho, no caso manda-me 10 ou quinze nomes e depois começamos a iterar por aí. No caso da minha equipe eu acho que é muito mais ajuda no texto, apoio no texto.

[Pergunta 7] E além do ChatGPT, tem alguma outra ferramenta que você se lembre de ter utilizado ou que a sua equipe use?

[Resposta] Acho que não.

[Pergunta 8] Você conseguiria citar alguns benefícios que de fato o uso dessa inteligência artificial trouxe para o seu trabalho ou para sua organização?

[Resposta] Eu acho que para mim, muitas vezes, acelera muito a minha a minha rotina. Pela minha experiência, muitas vezes pode ser assustador termos uma folha em branco. Quando estamos a pensar, por exemplo, com comunicado, ou contexto, uma notícia para um site, qualquer coisa. E às vezes fazemos muito tempo com a folha em branco e o ChatGPT, com um bom briefing, consegue nos criar uma estrutura, pelo menos inicial. Porque depois ele leva tudo para as muitas vezes uma mudança grande no texto, mas é diferente rever e alterar do que criar do zero. E por isso eu acredito que pode, acho que já acelera hoje em dia, muitas vezes a criação do conteúdo. Mas continuo a achar que o toque humano é muito importante nessa revisão e nessa e nessa transformação, até, do próprio texto.

[Pergunta 9] E você enfrenta ou já enfrentou alguma dificuldade no uso dessa ferramenta?

[Resposta] Não, nunca. Acho que é uma ferramenta que vai afinando também, e muitas vezes o briefing não é bom. Muitas vezes entramos ali quase em conversação e acabamos por conseguir retirar quase sempre para aquilo que precisamos. Mas não, nunca tive dificuldade com o ChatGPT.

[Pergunta 10] E você sentiu ou você percebe que exista uma necessidade de Treinamento específico para utilizar essas ferramentas de inteligência generativa?

[Resposta] Eu acho que depende da utilização, daquilo que queremos fazer dela. Eu acho que a Inteligência artificial, eu acredito que nos traz benefícios. Na vida e na comunicação, em específico. Mas temos que ser ... e aí se calhar aí a formação é a melhor forma de chegar a termos alguma consciência sobre o equilíbrio do que é que vamos retirar e de que forma, e o que é estamos a retirar muitas vezes da Inteligência Artificial. E por isso eu acredito que a Europa tá um bocadinho à frente na regulação, de regular a inteligência Artificial. Eu acho importante que isso aconteça. Nós tivemos há pouco tempo uma regulação que alterou por completo a panorama, o RGPD, a Regulação de proteção de dados, e essa regulação tem entrado agora aos poucos, nas equipas e de factos. Na comunicação impacta, pois temos que ter autorização de gravação em todo lado, ou seja, temos muitas vezes até um bloqueio em algumas iniciativas que temos. No caso da inteligência artificial, acho que ainda não estamos nessa maturação da regulação, mas acho que era importante a caminhar para aí E aí sim, acho que faria sentido termos formação. Eu próprio iria querer uma formação na área para sabermos o que é que podemos fazer, como é que podemos tirar partido dessa ferramenta, e ao mesmo tempo mantendo-nos íntegros, mantendo a integridade das pessoas na internet.

[Pergunta 10] Como é que você vê o futuro desses profissionais que não fazem uso da Inteligência Artificial Generativa?

[Resposta] Eu não sou um especialista, sei que há várias, mas só uso o ChatGPT. O que eu acho que é isso se aplica à Inteligência Artificial, como a outras coisas quaisquer. Por exemplo, as redes sociais, quando apareceram, muitas marcas na altura e muitos diretores de marca com certeza questionaram-se deveriam estar ou se não deveriam estar. E chegaram tarde. E eu acho que a inteligência artificial será um bocadinho isso também. Ou seja, há sempre os pioneiros, que vão utilizar e que vão procurar evangelizar a sua utilização, e tem aqueles que não vão usar e depois podem ficar por trás, ou seja, não utilizando ou não estando pelo atento ao fenómeno, acabam por ficar um bocadinho para trás. Por isso que eu acho que vale a pena para todas as áreas, temos que nos manter pelo menos atualizados. Depois se vamos utilizar ou não é outra

questão, mas pelo menos saber que existe e tentar estar atualizado. Acho que é importante fazermos esse caminho.

[Pergunta 11] Fazendo um exercício de futurologia, qual é a sua visão do futuro da inteligência artificial na comunicação? Onde você acha que isso pode chegar?

[Resposta] Eu acho que o que que o que é que eu gostava de acontecesse. Eu gostava que evoluíssemos para uma altura em que aquelas tarefas muito rotineiras do dia a dia, mais ou menos operacionais, sem querer sem ter o tom da criação, que fossem automatizadas. Essa parte fosse garantida pela inteligência artificial. Eu sei que a inteligência artificial, por exemplo, já pode criar relatórios, já conseguem fazer uma série de coisas, mas acho que seria maturar isso. Portanto, toda aquela parte relatórios, de colocação de documentos em sites, envio de comunicados, tudo aquilo que não seja a criação, poderia ser garantido pela AI. Isto para mim, seria o melhor. E os profissionais de comunicação ficariam responsáveis pelo pensamento estratégico e pela criação de conteúdo, o tom e personalidade da marca para aquelas pessoas que utilizam aquela marca tradição. Se eu tivesse de alguma forma construir o futuro, seria deixar de ter um pouco as equipas e aos profissionais de comunicação para pensar, criar estratégias e lançar coisas novas e lançar projetos inovadores e sobretudo projetos como estratégia e o intuito de chegarem aonde quer. A parte rotineira de uma equipa de comunicação que são da operação, e que eu chamo e digo isso à minha equipa muitas vezes, que é parte da operação da máquina de lavar. Estou sempre a dizer à minha equipa “Não entrem na máquina de lavar da operação. No final do ano eh eu não vou querer saber disso para nada”. Obviamente que é muito bom. Eh entregarmos um bom cartaz à equipa de segurança pra eles fazerem lá algo que quiserem fazer. Mas isso nos leva muito tempo, que se calhar, poderíamos aproveitar esse tempo para criar uma coisa com muito mais impacto para o cliente e menos aqui nesta parte, nesta parte interna. Por isso que eu digo, não entrem na máquina de lavar da operação, porque a máquina de lavar da operação muitas vezes é caótica e leva-nos o tempo todo. Esse se chegarmos ao final do dia ou ao final do ano e espremermos tudo, não tivemos se calhar um grande projeto, mas vários projetinhos. Portanto, se a inteligência artificial nos ajudar a

responder a esses pequenos projetos mais operacionais e que possam ser automatizados eh, já ficaria feliz.

[Pergunta 12] E sobre a Inteligência artificial, há algo mais que você gostaria de compartilhar ou discutir?

[Resposta] Não, eu acho que só talvez... aqui mais um desafio para as pessoas de comunicação, mais operacionais e que trabalham no terreno eu acho. E aqui há uma necessidade de qualificar essas pessoas se calhar. Não estou a dizer que é alterar completamente o seu dia no trabalho. É, se calhar, mudar um bocadinho o mindset de “Ok. Esta parte fica com a Inteligência Artificial, eu vou ganhar tempo, e o que é que eu posso fazer com esse tempo? Como é que eu posso garantir o meu o meu trabalho com esse tempo? Ou seja, onde é que eu posso agregar valor à empresa?” Acho interessante fazer aí com este crescimento da inteligência artificial ao mesmo tempo, fazer aqui uma formação das pessoas de como é que podem explorar a ferramenta e como é que podem aproveitar melhor o tempo para pensar e para colocar a estratégia em prática.

[Entrevistado P4]

Cargo: Redator/ RESPONSÁVEL CONTEÚDO

Área de atuação: Produção cultural, eventos, música, teatro

Sexo: Masculino

Idade: 33 anos

Experiência Profissional: 11 anos

País: Portugal

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Eu uso muito o DeepL. Como eu trabalho muito com conteúdo em inglês, isso me facilita bastante, muitas vezes para transcrições de conteúdos, recorre ao Good Tape. ChatGPT é bem raro, mas às vezes sim.

[Pergunta 2] E o que que você entende por inteligência artificial assim de modo genérico?

[Resposta] São todos daqueles softwares, aquelas ferramentas e.... Começa uma série de dados, que eles vão buscando sei lá onde, mas acho que é muito dessa nova interação que a gente vai tendo com essas aplicações, e eles vão armazenando esses dados para aprimorar uma resposta, o mais humana, a mais aproximada daquilo que seria, no meu caso, um texto, um conteúdo feito por mim ou por outro ou por outro colega.

[Pergunta 3] E quando você ouve o termo inteligência artificial generativa. Qual que é a primeira coisa que vem na sua cabeça?

[Resposta] Produção de texto automático.

[Pergunta 3] E há quanto tempo mais ou menos você vem utilizando a inteligência artificial nas suas atividades elaborais?

[Resposta] Eu diria que já, metade do tempo que eu tô trabalhando, ou quase todo tempo, trabalhando, em termos de anos, que eu recorro a ferramentas de IA. Eu acho que nós começamos muito recorrendo as ferramentas da Google, depois vamos percebendo “Ah... o tradutor da Google não é o melhor. Se calhar o da Microsoft está até incorporado no Word, no Excel... Como a gente vai trabalhar isso? Então vamos aproveitando”. Aí vão surgindo essas outras alternativas como o GoodTape e DeepL, e a gente vai juntando tudo e seguindo.

[Pergunta 4] E essas ferramentas mais recentes, que utilizam mais essa questão de criar texto de produção de conteúdo a quanto tempo mais ou menos você utiliza?

[Resposta] Olha, garantidamente, pelo menos a cinco anos.

[Pergunta 5] E foi uma opção sua ou é uma política da sua organização?

[Resposta] Foi uma opção minha, no sentido de que é uma prática nossa. Não diria que é bem uma política, mas nós enquanto equipe, nós recorremos e partilhamos entre nós, tipo “Olha, descobri esse site aqui, essa app aqui...” E vamos incorporando isso.

[Pergunta 6] Teria mais algumas outras atividades que você se lembra que você usa a inteligência artificial?

[Resposta] Eu uso inteligência artificial garantidamente para fazer traduções de conteúdos nossos originais do português para o inglês. Isso sim, sabendo que a gente tem que sempre dar aquela adaptada. Para transcrições com certeza também, facilita bastante o trabalho. Às vezes, no caso da transcrição, quando são áudios ou vídeos muito curtos, acabamos por usar também aquela que já tá incorporada automática do Slack, que é a app que a gente usa aqui em termos de trabalho em equipe, esse trabalho em rede. Por vezes, eu uso muito ChatGPT para a criação de textos alternativos, por exemplo, porque é bem cansativo, puxar pela cabeça, e às vezes as imagens são complexas aqui no caso do teatro. Então eu acabo por não usar o texto do ChatGPT, mas aquilo me serve como a base de pensamento, quase como se eu estivesse dialogando com um colega, na verdade. O meu buddy.

[Pergunta 7] E o que te motivou a começar a fazer uso dessas ferramentas?

[Resposta] Olha, eu acho que vai ficar facilidade de acesso a essas ferramentas. Tem sempre esse modo gratuito, na íntegra, ou pelo menos em grande parte você consegue

fazer coisas gratuitamente, e pela velocidade com que a gente tem que produzir conteúdos e textos, que é mais a minha área aqui. Não dá às vezes Se eu perder, ou seja, se eu começar uma tradução de raiz, eu ia perder muito mais tempo. E o DeepL me facilita. Essa tradução é imediata e eu só tenho que corrigir ou adaptar. Transcrever é uma tarefa que leva um tempão e já ter essa base de texto escrito que você só tem que verificar, também facilita bastante. Então acho que está muito associado a essa facilidade no acesso e gratuidade, e o quão isso poupa tempo num tempo em que você tem que produzir conteúdo de texto numa velocidade bem grande, por causa das redes sociais.

[Pergunta 8] Se você pudesse pontuar os principais benefícios que IA trouxe para o seu trabalho, para sua organização. Quais que seriam?

[Resposta] Eu acho que o primeiro é esse, essa eficiência, que ajuda a promover. Às vezes tem uma componente de aprendizagem também, você aprende bastante com, no caso aqui das traduções é uma forma de você aprimorar suas competências, no caso em inglês, porque você vê uma tradução, você tem que checar se tá tudo ok, então acaba por ter esse “diálogo”, com muitas aspas, que às vezes um conteúdo gerado automaticamente te faz ter contigo próprio na tua prática, com aquilo que você escreveria. Não substitui, mas é muito próximo de você dialogar com um colega, muitas vezes.

[Pergunta 9] E quais foram as principais dificuldades que você já enfrentou no uso das ferramentas de IA?

[Resposta] Eu acho que seria ótimo se fosse tudo gratuito. No nosso caso, que não temos o plano Premium de nenhuma das aplicações, tem um limite para esse uso. Isso acaba que é uma dificuldade, porque, às vezes, a vontade e a necessidade de usar é maior do que aquilo que é possibilidade dessas aplicações. Eu acho que a aceitação também do uso dessas aplicações. Todo mundo faz, mas também quer admitir ainda. Então acho que não há uma total integração, que seria bastante positiva no trabalho geral, não é?

Todo mundo faz assim um pouco pela calada, e isso acaba dificultando. E é isso, se você imagina que isso é algo que a gente pode incluir e integrar para nossa prática como um todo, e aí já temos acesso a esses planos Premium, ou outras ferramentas de inteligência artificial que a gente não está usando ainda e vamos descobrir e podemos usar.... Acho que essas são as principais dificuldades. E às vezes também é um progresso, mas no caso dessas aplicações de inteligência artificial, nem sempre é uma ajuda. Às vezes a tradução é péssima. Às vezes a transcrição está péssima, e você acaba demorando o mesmo tempo para editar aquilo do que fosse fazer de raiz. Então é falível. É bem falível.

[Pergunta 10] Você sente que a necessidade de treinamento específico para os profissionais de comunicação usarem melhor essas ferramentas?

[Resposta] Eu acho que sim. Acho que, para precisamente para não cair no erro de substituir, de aceitar um conteúdo que pode não tá legal, que é produzido artificialmente. Eu acho que treinamento sim. Eu estava aqui pensando porque é, até mesmo para descobrir mais potencialidades dessas apps, e até numa perspectiva, dependendo do tipo de treinamento, também de poder contribuir um pouco com e é o nosso dia a dia, de que forma essas apps poderiam ser adaptadas até, pensando aqui nesses processos de treinamento com uma troca também, não só com uma aula, mas uma partilha do que que essas artes também poderiam progredir no sentido de facilitar a democratizar também.

[Pergunta 11] Como é que você vê o futuro desses profissionais que ainda não usam e que já falaram que não vão usar Inteligência Artificial?

[Resposta] Eu acho que vão acabar usando, um dia ou outro, até porque eu acho que eu tô aqui... Eu estava pensando aqui, fazendo uma retrospectiva de tudo que eu falei, e eu me referi muito a app em concreto, mas de facto a inteligência artificial já está incorporada até em interfaces, em softwares que a gente usa, na Microsoft nomeadamente, e que a gente nem dá conta que aquilo está lá. O preenchimento automático, aquela correção automática... é uma inteligência artificial, provavelmente.

Então acho que todo mundo já usa. Ela está integrada na nossa vida. Então acho que é só um papo de... Não tem como. Ela chegou para ficar e a gente tem que se adaptar e procurar não abusar. Eu acho que falta. A gente vai criar aqui uma responsabilidade acrescida para todo mundo que eu acho que produz conteúdo, seja ele mais informativo, seja mais publicitário, de assegurar que a gente tá veiculando um conteúdo, uma mensagem que ainda assim é nossa e que não é uma produção de uma máquina. E assegurar isso para a gente, mas acima de tudo para os nossos públicos. E não sei se não haverá aqui também, um papel a desempenhar por essas organizações, pensando muito aqui na nossa, que tem um serviço público a prestar, a também passar a fazer esse treinamento, passar essa informação, falar sobre essa informação que pode surgir a partir daí, na profusão, na difusão de mensagens.... Acho que vai levantar aqui também esse desafio para as instituições culturais, aqui pensando no meu caso, de falar sobre isso também juntos públicos.

[Pergunta 12] Fazendo exercício de futurologia, qual que é a sua visão do Futuro da inteligência artificial e da inteligência artificial generativa na comunicação?

[Resposta] Eu espero que ela poupe muito do nosso trabalho. É uma verdade. E que mais do que substitua, ela contribua para nós ocuparmos outros lugares. Ou até, no caso trabalho criativo, agora pensando aqui também na lógica não só da produção do conteúdo do texto, mas também do design, por exemplo, se a inteligência artificial conseguir facilitar muitas tarefas são bem chatas e que demora algum tempo, e que são menos criativas até, eu acho que vai libertar mais espaço para a gente ter mais tempo a pensar, mais tempo para ser criativo e para ter mais tempo pra gente também. Então, eu quero muito ver a inteligência artificial nesse lugar de um facilitador para que exista mais tempo para a criatividade e mais tempo para o descanso dos profissionais de comunicação, para que essa criatividade também flua mais e acho que vai trazer essa dimensão para o profissional de comunicação. Ele vai ter que passar a ser também um pouco agente dessa mudança, mais do que uma evangelização, mas como assegurar que as pessoas entendam com aquela mensagem, ela é nossa, ela é humana, e ela é consciente. Acho que é por aí.

[Pergunta 12] Tem algum outro aspeto do uso da inteligência artificial que você gostaria de compartilhar isso?

[Resposta] Eu acho que falta formação. Falta discussão, acima de tudo, falta reconhecer que é uma coisa que não é mais papo de futuro, já há muito tempo uma coisa que está integrada no nosso dia a dia profissional, então em primeiro lugar que falta essa discussão. E tem que começar a promover. E acho que falta em integrar isso na formação do profissional de comunicação, seja do ponto de vista mais formal, universitário, seja como já vão surgindo esses cursos de formação paralelos, para que a gente vai integrando isso na nossa prática. de uma forma bem consciente, bem formada. Acho que é isso aí.

[Entrevistado P5]

Cargo: Head of Business Development for the Arts

Área de atuação: Pesquisa científica, inovação, Startups

Sexo: Masculino

Idade: 35 anos

Experiência Profissional: 16 anos

País: Portugal

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Sim, eu vou saltando entre o ChatGPT e o Gemini, dependendo de algumas coisas que eu preciso de fazer. O ChatGPT particularmente utilizo para a área de negócio. Há muitos trabalhos com foco nisso. Então alguma geração de conteúdo eu vou lá fazer e acabo por depois comparar com dados que tenho que é para melhor fazer

o trabalho, fazer uma espécie um pouco diferente, mas em cima do conteúdo do modelo. E agora estou a começar a explorar mais o uso do Alana e a testar os modelos que o Alana tem para perceber de maneira que posso integrar mais no meu trabalho. E provavelmente estou a começar a explorar o Omni Channel Language Flow para começar a criar fluxos de inteligência artificial específicos que possam acelerar alguns processos do meu trabalho.

Eu também brinquei um bocado com a parte de geração de imagem. Então, eu não faço isso, é um uso meramente exploratório, mas os princípios do omnichannel e do language flow são os mesmo do confyUI. Na verdade, eu fui introduzido ao ConfyUI por colegas que usam isso na área de design e tornou-se particularmente interessante para mim. Então comecei a explorar essas possibilidades desta forma, até ver, ainda não consegui integrar 100% do meu trabalho, e é tudo muito exploratório para eu perceber o que é que consigo fazer. Mas ao mesmo tempo que estou a utilizar estas ferramentas, sou extremamente cético em relação a essa utilização, por tudo o que implica, a IA, inclusive do ponto de vista ético, ecológico, político, e da maneira como é feita. Por isso também estou a tentar usar mais o Alana, Ominchannel e o Language flow por nos permitir usar mais os open source. Isso é particularmente interessante para mim.

[Pergunta 2] E quando a gente fala em inteligência artificial generativa, o que vem primeiro assim na sua mente?

[Resposta] É uma boa questão. Qualquer neural Network que possamos aceder.... Portanto... Não penso particularmente num modelo. Felizmente não acho que o ChatGPT seja tudo de Inteligência Artificial. Portanto, quando se falar em IA generativa eu penso mais num conceito do que propriamente numa ferramenta em particular.

[Pergunta 3] Há quanto tempo você vem usando a IA em sua rotina de trabalho?

[Resposta] Eu não vinha usando. Do ponto de vista artístico, eu tinha um interesse. Eu lia sobre o assunto porque há uma série de artistas que eu vinha acompanhando e que

já vão usando inteligência artificial bem antes do ChatGPT em 2022. Portanto há dois casos em particular, que eu gosto muito, e depois acabou para aparecer mais um artista que eu tenho vindo a acompanhar que é aqui do porto e que agora tá colaborar com investigadores na área de neurociência e ciência dado. Mais a Holly Herndon, que é uma vocalista, cantora e compositora e que desenvolveu o próprio modelo de Inteligência Artificial e que tem vindo a treinar com colaboradores e com o público em festivais e apresentações que tem feito desde 2019. E o outro é Refik Anadol, que cria esculturas de dados, portanto uso de inteligência artificial e redes neuronais, ainda antes de se falar em chatgpt. Portanto não é uma coisa que seja particularmente nova para mim. Era algo que, na verdade, com a falta de democratização da tecnologia, nem toda a gente tinha acesso ao GPU, por meio qual é possível fazer esse tipo de coisas, não é? Portanto eu só comecei a usar de forma real um ChatGPT e estes tipos de ferramentas, na verdade, muito, muito, recentemente. O ano passado comecei a olhar mais para a forma como estas redes neuronais começam a funcionar, por causa deste artista que está aqui por perto. Portanto faz um ano de o meu interesse passou de ser meramente superficial para ser “Será que eu consigo usar também estas ferramentas?” Porque aquilo que este artista tem feito.... Pronto, é um artista e é um músico e coreógrafo, um artista multidisciplinar aqui do Porto, que foi convidado por uma fundação aqui no Porto para criar um projeto que se integrasse no contexto de investigação que se estava a fazer para ambientes imersivos e terapias imersivas. Os investigadores e o grupo de artistas em particular, que era o Lunar Ring, estavam a desenvolver um modelo que permitisse, através de captar sinais da pessoa em questão, imagina, uma pessoa estava a ter um ataque de Pânico e aquilo detetava, o batimento cardíaco, temperatura corporal e por aí fora e criava um ambiente, em tempo real, que ajudasse a controlar essa pessoa, que a calmasse. Portanto, com base nisso, eles desenvolveram um projeto que se chama Floresta Atávica, que é um modelo de inteligência artificial que sonha com Florestas, por assim dizer. Portanto, aquilo que eles fazem é criar ambientes naturais, que na verdade não existe, porque são um espaço que não que não existe, entre as imagens que eles usaram para treinar, porque obviamente treinaram, popularam o modelo como serie de alucinações que forçaram o sistema e isso criou ambientes que

são naturais, mas ao mesmo tempo meio alienígenas para nós, porque tem cores e tem texturas que não existem naturalmente na natureza, que foram criadas por aquele modelo de inteligência artificial, mas que é um exercício super Interessante. Então eu a cerca de um ano estive, no contexto de um festival em colaborativa passei dois dias com eles, pude interagir um bocado, e comecei a ser um pouco menos céticos do uso da OpenAI e outras assim, comercialmente.

[Pergunta 4] Nas suas tarefas profissionais hoje, em quais delas você mais aplica a inteligência artificial?

[Resposta] No geral, são tarefas essencialmente burocráticas, pelo menos um deles que eu tenho vindo a usar e daquilo que consegui fazer até agora. O ChatGPT em particular é ótimo para tudo aquilo que é considerada a parte Bullshit do trabalho. Tudo aquilo que são coisas um pouco mais ligadas áreas de negócio, que exigem algum trabalho, mais geração de conteúdo superficial e de uma forma inteligível, e não propriamente em que não propriamente se precisa pensar sobre ele criticamente. Para isso o ChatGPT é particularmente bom, é uma máquina que foi treinada para esse tipo de atividade e com esse propósito, de maneira como como o labeling dos dados foi feito, o embedding é todo nesse sentido. Portanto, é muito, muito útil nisso. Então, por exemplo, os nossos programas de aceleração que nós temos vindo preparar algum conteúdo que em vez de nós preparamos de raiz, aquilo que nós pedimos é ao ChatGPT para nos criar uma base e nós trabalhamos por cima dessa base. E adaptamos às necessidades daquilo que vamos implementar no futuro. E isso poupa-nos muito trabalho. E eu e meu colega de tecnologia, em particular, temos criado muito conteúdo assim. Para mim é mais difícil, porque o conteúdo é muito estandardizado e na área das Indústrias criativas não se aplica tanto. Portanto, o que eu acabo por ter são flows de possíveis tarefas por fazer em que eu acabo por fazer uma curadoria do conteúdo, adaptar e fazer eu próprio. E nesses exemplos eu às vezes, eu próprio o que faço é trabalhar o texto para encaixar no resto. Então, quando vamos divulgar um curso eu pego umas coisas e acaba por jogar dentro do ChatGPT e pedir para ele trabalhar e encontrar algo que seja semelhante ao que tem de ser dado dentro do curso. Ou seja,

acaba por ser pegarem um estruturas de conteúdos moldar essa estrutura de conteúdo e trabalhava na parte de formatação dentro do ChatGPT, até porque nós trabalhamos principalmente em inglês, então acontece de termos de fazer adaptações para o português de Portugal porque o ChatGPT traduz para o português do Brasil.

[Pergunta 5] Quais você acha que são as maiores dificuldades ou empecilhos para o uso dessas ferramentas hoje na rotina de trabalho?

[Resposta] No meu contexto em particular às vezes é conseguir tornar inclusivo o que estamos a fazer para alguns pares que não usam e isto torna as coisas e às vezes um bocado...perdemos muito tempo a explicar aquilo que estamos a fazer, o que é um bocado de parto, porque na verdade podíamos só pedir para o ChatGPT nos explicar o que é que ele está a fazer, portanto, ele consegue fazer isso de uma forma muito simples. Mas eu acho que esse é o principal obstáculo. Depois, na verdade é receber o conteúdo que vem de lá, até por isso é que agora eu tô a tentar migrar para outro tipo de modelo porque nós não conhecemos a base de dados do ChatGPT, nós sabemos o que está lá. A nível do conteúdo ser fidedigno, acaba por exigir muito tempo, por isso quem quiser fazer alguma coisa com qualidade e garantir que aquilo que ele está de garantir não tem uma data e asneiras. Isso é que vocês podem dizer que na área do negócio isso eu estou bastante confortável, porque de facto tem sido muito nessa nesse sentido, por razões óbvias, posicionamento da Open AI e tudo mais. O ChatGPT acaba por não comprometer a nível de qualidade e até os testes que eu tenho feito para o novo modelo... Apesar de falarem em singularidade, acho que é muito cedo, mas de facto de qualidade dos dados que eles têm para esse tipo de conteúdo é muito boa e não me preocupa tanto. Mas tudo o que for o resto, os testes que eu vou fazendo preocupa-me muito a nível de qualidade. Num caso, por curiosidade, peguei um poema que estava em português e pedi para o ChatGPT identificar o autor. E o autor que me deu era errado. E depois experimentei mais tarde o mesmo poema, e ele deu-me um autor diferente e depois, em inglês, ele identificou o autor imediatamente. Então o grande problema que eu tenho, depois, é garantir e rever tudo o que o ChatGPT diz. Eu não confio no que ele me dá a nível de conteúdo. E depois acabo a passar mais tempo

de pesquisa no Google a procurar coisas do que fazer cegamente o que o ChatGPT me diz. Em contrapartida, a parte que mais utilizei foi a parte formatação de texto. Se eu der o conteúdo e pedir para ele trabalhar o texto de uma forma que me agrada, poupa-me mais tempo. Nesses aspetos ChatGPT é pouco conteúdo e muita forma. E na parte da forma é, portanto, fantástico.

[Pergunta 6] Você entende que existe necessidade de capacitação de treinamentos específico para as pessoas da área de comunicação de RP ou de qualquer outra área usarem essas ferramentas?

[Resposta] Eu acho que sim, principalmente porque vai aliviar muita carga de trabalho estruturar algumas coisas. Ou seja, é nível de forma vai ser importante. O conteúdo continua a ser humano e vai ter que continuar a ser humano e vai ser sempre humano na realidade. Não vai ser isso que as ferramentas de Inteligência Artificial vão conseguir fazer. No máximo podem ajudar na criação de conteúdos. Mas isso é meramente especulativo. Quando temos que procurar algo entre informação que nós já temos, isto é, se nós tivermos dois espaços que conhecemos, e se tivermos um modelo que esteja especializados e treinado com essa informação nós encontramos o que existem entre essa informação que nós já conhecemos e a Inteligência Artificial pode se treinada e pode dar sempre resultados peculiares, pelo menos, e do ponto de vista criativo isso é interessante. Do ponto de vista de trabalho, acho que só pode ser útil na forma, portanto, de há certas coisas que podemos definitivamente automatizar, como o uso de Inteligência Artificial de recolha de emails, de categorização, estruturação deles, preparação de newsletters de como é que o formato pode ser. Esse tipo de coisa já é muito fácil de usar hoje em dia de Inteligência Artificial, principalmente tivemos modelos que sejam treinados nesse sentido, para não termos de estar sempre fazermos fine tuning dos mesmos tópicos. Vai ser muito útil e nesse sentido e acho que é preciso começar a ter alguma coisa de aceitação. No geral, as pessoas estão só com medo de ser substituídas. Não percebem bem o que isso Na realidade é uma ferramenta. No geral mesmo precisam perceber o que é que é. Não sabem. Não sabem que as redes neurais existem há mais de 50 anos de uma forma prática, não sabem que o telemóvel

já usou os dispositivos de inteligência artificial há uns 15 20 anos para talvez mais eh. E isso dá-lhes medo de uma coisa que, na verdade, já faz parte da vida delas há muito tempo. Portanto essa capacitação é também é importante para, assim, criar um ponto de partida neutro para todos e para a partir daí começarmos as ferramentas que existem na forma mais consistente.

[Pergunta 7] Então, na sua opinião você entende que inteligência artificial não vai substituir propriamente funções de alguns profissionais da comunicação da RP?

[Resposta] Isto é um bocado polêmico, mas acho que a Inteligência Artificial, nos termos em que está, seria bom para substituir pessoas que tomam decisões. Porque a IA é pegar em fatos, analisá-los e dizer sim ou não, de uma forma muito pragmática. E nesse aspecto, as pessoas que estão a fazer o trabalho tem que tomar muito mais decisões do que dizer sim ou não em relação a uma coisa. Tem que gerar conteúdo, tem que ter alguma criatividade. É muito difícil substituir isso com uma artificial e não é tão difícil substituir um manager ou um CEO cujo escopo da ação é muito mais restrito, é basicamente “Ok, é esta é a informação que eu tenho. Eu vou tomar uma decisão com base nesta informação”. Portanto, de uma forma lógica eu acho que seria o caminho a seguir. Obviamente, acho que da forma como os modelos comerciais estão a ser implementados, não será isso que vai acontecer. Eh pelo menos até, de repente, acontecer algo que socialmente façam um reshift desta maneira de pensar. Portanto, logicamente não tenho medo, mas se calhar a informação que eu tenho.

[Pergunta 8] Como você acha que seria o futuro dos profissionais que não usam Inteligência Artificial?

[Resposta] Eu acho que virtualmente vão começar a usar quando as ferramentas se tornarem mais democratizadas. Vai haver menos um bicho papão. Acho que hoje em dia as pessoas começam a fazer download da aplicação do ChatGPT e usar. Portanto, acho que o caminho vai acabar por ser um bocado este. Muitos amigos meus inclusive já usam o ChatGPT só para cozinhar e fazer coisas do tipo. Vão ao frigorífico, veem os

ingredientes e pedem uma receita. Portanto eventualmente, quando as pessoas começarem a perceber que este tipo de uso é possível, acho que vão começar a ter uma relação mais positiva com as inteligências artificial, por mais que não seja os Gemini e os ChatGPT e por aí a fora. Então eu acho que o futuro delas eventualmente vai ser adaptar-se. No caso, se não consegue vencê-los, junta-se até eles. Mas não sei exatamente de que maneira que depois as pessoas que vão tomar decisões vão usar, aí vão usar este conhecimento e tudo isto que tem, porque no geral, da maneira como estes modelos estão a ser implementados, vai nos reduzir custos. E a maneira um pouco parva e mais óbvia de reduzir custo é reduzir o RH, portanto as pessoas não conseguem reduzir RH e tentar substituir tudo como uso a inteligência artificial. Obviamente que isso vai criar uma grande redundância de conteúdos. Produtos ficará um mundo muito mais aborrecido. Portanto, de certa maneira essas pessoas vão ganhar espaço para produzir coisas alternativas que vão ser diferentes daquilo que oferece a inteligência artificial. Porque a inteligência artificial vai estar sempre a fazer a mesma coisa. Portanto acho que há uma série de variáveis a ter em conta, e muita coisa pode acontecer. Mas no geral, eu acho que eventualmente estas pessoas vão sempre voltar a ser integradas no contexto de trabalho, por mais que seja porque socialmente não podemos estar todos sem fazer nada. Ainda que fosse bom conservar um rendimento básico incondicional e que pudéssemos todos trabalhar um pouco menos e brincarmos um pouco mais, sermos pessoas mais saudáveis, do ponto de vista de saúde mental e tudo mais. Mas duvido que seja isso vai acontecer num ponto de vista comercial. Portanto acho que vai haver aqui uma série de adaptações e tô curioso para ver.

[Pergunta 8] Você acha que há falta ou o excesso de regulamentação? Você acha que isso afeta o uso de IA?

[Resposta] Acho que sim. E apesar de haver algumas regulamentações aqui na Europa, a regulamentação que existe aqui neste contexto acaba por ser muito atrasado. E a mesma coisa com o E3. E a regulamentação que terá que ser feita pelo menos eu acho, que o curto prazo, vai ter que ser do ponto de vista ambiental. É absolutamente impensável que se esteja a consumir cada vez mais a água e mais energia para alimentar

todos os GPU quando há de facto alternativas. Há duas semanas saiu um artigo no The Economist explicar como é que as China está a fazer modelos de inteligência artificial correr sem usar GPU, o que é muito interessante. Só do ponto de vista da mineração, de tudo o que é minerais para criar as placas gráficas, poluição que se é emitida só para ter os data center a correr, tem que ser regulamento. Não é sustentável. Vai haver um colapso ambiental se continuarmos a seguir neste caminho em nome da produtividade. Não faz sentido nenhum. Se estás com o primeiro passo vai ser isso. O segundo passo é nível de que dados eles listam. As pessoas vão estar a usar cada vez mais o ChatGPT. Simplesmente não podemos estar a usar o modelo e não sabemos os dados que ela lista. Deque maneira ele é treinando, como esse labeling é feito, o que pode aumentar problemas de ponto de vista de desinformação e tudo mais. Se eu for ao ChatGPT e pedir para ele me explicar porque é que a Terra é plana, ele vai me dizer porque é que a Terra é plana, porque ele tá respondendo um prompt. Ele não vai me dizer que provavelmente a terra não é para não se calhar até a diga, não sei. Eu ainda não fiz esse teste. Mas provavelmente não vai me corrigir, e isso é bastante preocupante. Portanto, tem que haver alguma regulamentação e depois do ponto de vista dos criativos, eles vai ter que ser feita mais uma regulamentação. Existe um artista que está a falar há pouco... Ela criou um site, uma associação online, que eles conseguem listar os datasets disponíveis para a inteligência artificial, para ver se os artistas estão a ser utilizados nestes datasets que treinam a Inteligência artificial, sem serem pagos por isso. Ou seja, há coisas de tentarmos substituir ilustradores como modelos de geração de imagem, mas esses ilustradores têm sido essenciais para treinar as IA de geração de Imagem. Portanto, tem que haver regulamentação também da maneira como esses datasets são criados e de quem não está popular de maneira que as pessoas possam a ser pagas, que é uma coisa que não está a acontecer. O próprio CEO da OpenAI disse que se todos os dados que usam fossem pagos, não conseguiram ser uma empresa lucrativas. Aquelas coisas que... se o vosso modelo de negócio não é ético e é simplesmente extrativo e se trata de estar a roubar pessoas o trabalho para fazer dinheiro, eu tenho problema. Não é maneira correta de fazer um negócio. Se eu criar uma banca de bolo e meu modelo de negócio for, “eu vou roubar a outra pastelaria e vendo aqui” isto não é um modelo

viável. É um modelo ilegal. E é literalmente o modelo da OpenAI atualmente e isso vai ter que ser regulamentado, eventualmente não é sustentável para o futuro. E eles precisam ter fins lucrativos para poder mal eh... milhares de pessoas e provavelmente de países de terceiro mundo para estar em a serem praticamente traumatizadas a verem imagens, texto e fazer labelling e excluí-los dos datasets, só para ter um modelo mais ou menos comercializável. Não é uma universidade que tem dinheiro para isto, não é não é uma ONG que vai ... Tem de ser sempre uma empresa privada que tem capacidade para fazer rondas como eles fizeram a maior ronda de sempre agora para conseguir pagar estes recursos todos para conseguir pagar os data center, todos os custos de eletricidade e tudo mais. Naturalmente, espero eu, que seja tudo regulamentado.

[Pergunta 9] Você tem uma coisa mais que você gostaria de acrescentar a respeito desse tema com foco na área de comunicação e de RP?

[Resposta] Na verdade, eu nunca tinha pensado no ponto de vista tão focado. Eu como agora já saí um bocado da área comunicação, eu já penso tanto nisso, e ainda bem eh. Portanto, eu não sei se há muito que eu posso acrescentar. Mas acho que neste momento um ponto de vista especulativo, um ponto de vista científico é muito interessante daquilo que pode acrescentar à áreas comunicação, ainda tenho que é muito forma e pouco conteúdo. Acho que não há muitas dúvidas dos benefícios que pode trazer, mas também não sei o que que pode mudar muito, a não ser criar atalhos saudáveis do tempo que se passa em frente ao computador. Pode nos poupar de alguma coisa. Portanto acho que seria interessante do ponto de vista de saúde mental. Isso eu acho que seria interessante explorar. Uma correlação entre o uso da IA pode aumentar o work/life balance. Mas tenho que esperar. Estou curioso.

[Entrevistado P6]

Cargo: Head of Communications and Sustainability

Área de atuação: Pesquisa científica, inovação, Startups

Sexo: Feminino

Idade: 35 anos

Experiência Profissional: 13 anos

País: Portugal

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Sim, utilizo o ChatGPT. É o mais comum e utilizo algumas integrações com plataformas que nós utilizamos, por exemplo, a plataforma que fazemos a promoção das nossas newsletters, é o Mailchimp, e o MailChimp já tem algumas integrações com a inteligência artificial para sugestão de forma de conteúdo, automatização de envio...E isso também é utilizado. Também outras plataformas, como por exemplo do Grammarly, que é uma plataforma própria para a correção de texto e nós utilizamos ela em inglês, porque a nossa comunicação é feita essencialmente em inglês, então utilizamos ela para a correção de texto, e ela também tem alguma inteligência artificial integrada, também tem uma parte que faz sugestões de, por exemplo, publicações para as redes sociais tem vários conteúdos assim. E para além disso, apesar de não ser tão usual, também já utilizei para apresentações algumas plataformas.

[Pergunta 2] O que é que você entende por inteligência artificial de modo bem genético?

[Resposta] Alguma rede que vai reunindo uma série de informação, que vai trabalhando e que como tenha essa rede com muita informação, sempre que nós fazemos algumas solicitações, ele vai nos dar uma resposta mais aproximada àquilo que nós queremos.

[Pergunta 3] E quando a gente fala em inteligência artificial generativa, o que é que vem na sua mente assim?

[Resposta] Primeira coisa eu acho que, bem, diria que seria quase o mesmo do que do que inteligência artificial. Mas no caso, aqui com um trabalho dos dados um pouco mais fino.

[Pergunta 4] Há quanto tempo, mais ou menos você vem utilizando essas ferramentas nas suas práticas profissionais?

[Resposta] Diria recente. Acho que um ano e meio, dois anos mais ou menos. Sim, já utilizava outros, mas não seria propriamente de inteligência artificial, mas como o Canva, por exemplo, que agora começa a ter mais integração. Essas sim, já poderia utilizar Há algum tempo e mesmo o MailChimp e as ferramentas de automação, essas há mais tempo. Essas últimas que referi diria que há um ano e meio dois.

[Pergunta 5] E foi uma opção sua ou foi uma política da organização incentivar os colaboradores a utilizarem IA?

[Resposta] Diria que seria teria sido mais de mim, ou seja, à medida que fui percebendo que existiam essas soluções, é que fui procurando e percebendo como é que poderia utilizar o no dia a dia. Se bem, que, no caso em particular da minha organização, como estamos num meio muito tecnológico também, e até por aquilo que as nossas empresas fazem, acaba por ser mais natural que este tipo de ferramentas nos apareçam mais no dia a dia, que se calhar se estivesse em uma outra empresa poderia ser um pouco mais distante.

[Pergunta 6] E você citou que você utilizava o grammarly para fazer revisão de gramática, porque vocês fazem trabalho muito com texto em inglês. Mas além dessa tarefa, que outras tarefas que você se lembra de fazer o uso de IA? Gostaria de citar outras ferramentas?

[Resposta] Outras ferramentas.... Então, o Grammarly para revisão de texto, o Mailchimp para o envio de newsletters, e não sei se existe outra que seja utilizado assim, de forma regular, pelo menos no meu caso. Mas na equipa, por exemplo, utilizamos também a parte de imagem. Às vezes algumas imagens que também podemos ajustar, ter algum apoio de plataformas de inteligência artificial para geração de imagens e outras para algum ajuste e, para o copy das redes sociais, que também ajuda para essa criação dos novos conteúdos. Sim, mas diria que essas são as principais. No caso, o ChatGPT acaba por utilizar muitas vezes até mais para geração novas ideias, perceber como é que podemos fazer de outras... tentar, com aquilo que ele nos envia, tentar criar coisas novas. Enquanto as outras plataformas já tem a solução integrada e já nos dão uma resposta, no meu caso, do ChatGPT, é mais também para conseguir fazer um pouco do brainstorming, e até ver outras sugestões e também para conteúdos para o nosso site, e até a forma como as páginas estão montadas em determinadas. Em determinadas páginas que nós temos em sites que temos, ele pode também nos ajudar a isso mesmo. O que eu sinto é que, no passado, para fazer uma pesquisa, por exemplo, no caso dos sites, eu teria de fazer uma pesquisa para perceber como é que estão, fazer o benchmarking com outras entidades, isso ainda é feito, mas depois a recolha de toda a informação e perceber logo algumas sugestões que podem ser as ideais, consegue ser feito de uma forma muito mais rápida se for com ajuda destas plataformas.

[Pergunta 6] Qual foi a sua principal motivação para fazer o uso da IA?

[Resposta] Eu acho que o primeiro moto é sempre curiosidade, não é, para perceber de que forma é que é que realmente pode ajudar ou não. Eu diria que em segunda opção é mesmo por essa eficiência, ou seja, há determinadas coisas que demorariam mais tempo por não serem automatizadas e que podem passar podem passar a ser, e no caso de por exemplo, newsletters, envio de informação, esses estados que são analisados... chegam-nos já um pouco mais de trabalhar e isso também aumenta a eficiências para, se calhar, podermos nos concentrar em outras tarefas que, se calhar, não exigiam muito tempo, mas não são tão facilmente automatizadas. Acho que seria esse o ponto principal.

[Pergunta 7] Quais os principais benefícios alcançados com o uso de IA?

[Resposta] Agilidade, conseguir ser mais eficiente, não demorar tanto em determinadas tarefas, conseguir ter também novas ideias. Eu acho que é importante conseguir rapidamente ter muita informação para gerar novas ideias para a forma como comunicamos. Até par amontar uma estratégia de comunicação hoje, vários passos, essa parte criativa, ajuda a desbloquear bastante. Estão sempre a apresentar mais sugestões e mais plataforma, aí é que sim. No meu caso eu já utilizei em outros contextos, mas no contexto de trabalho eu não tenho utilizado tanto. Mas por exemplo, na parte das apresentações, existem várias plataformas que facilmente resumem uma ideia e transforma numa apresentação num pitch deck muito mais rápido. E volta ao mesmo de ser essa vantagem da eficiência. Mas em resumo, destacaria a eficiência, a capacidade de ter novas ideias, conseguir analisar os dados de uma forma mais precisa e também as automações, quando é possível integrar com algumas plataformas, como é que fica automatizado o envio de informações em uma determinada hora, para determinados utilizadores... Isso é uma grande vantagem, até da aproximação na comunicação

[Pergunta 7] Em termos de dificuldades. Assim você enfrenta alguma dificuldade no uso dessas ferramentas já enfrentou?

[Resposta] Sim. Eu acho que é preciso ter muito cuidado na utilização, para além de todas as questões envolvidas serem um tanto mais complexas, acho que a informação que nos chega tem que sempre vista de uma forma crítica do nosso lado, porque pode nem sempre estar correta. Por exemplo, já testei com o ChatGPT para a produção de notícias, partilhando outras notícias ou que foram escritas por mim, ou por alguém da equipa, e pedi que escrevesse uma notícia com uma linguagem muito parecida e que pudesse fazer a divulgação de uma coisa qualquer. E nem sempre a informação depois saiu a mais correta. Acho que ajuda sempre, mas é preciso ser muito criterioso. Isso é uma das coisas. Outra, preocupa-me sempre um pouco a possibilidade de começarmos

a uniformizar cada vez mais a comunicação de todas as entidades, porque todas utilizam plataformas que têm uma linguagem muito própria. Há determinados conteúdos que recebemos do ChatGPT e de outras plataformas, inclusive de Inteligência Artificial, que são muitos similares, as respostas muito parecidas e a forma de escrever e comunicar é muito parecida. E a partir daí, se começarmos a utilizar só informação que nos é desenvolvida, sem aproximar a nossa linguagem, podemos correr o risco de perder essa identidade não é, porque fica sempre muito similar aos outros, a outra qualquer divulgação de uma outra qualquer instituição, por serem similares. Acho que esses são os dois principais tópicos assim, para o dia a dia no trabalho. Eu uso a versão gratuita do ChatGPT

[Pergunta 8] E você sente que há necessidade de treinamento específico para usar essas ferramentas?

[Resposta] Acredito que sim, ou seja, acho que elas são muito fáceis de utilizar, intuitivas, mas com uma massificação, com mais pessoas utilizarem, acho que é importante para todas as pessoas perceberem que a informação pode não ser verdadeira, que a resposta que recebemos também pode não ser verdadeira... Porque já me aconteceu até em contexto de trabalho. Eu terminei há pouco tempo uma pós-graduação e aconteceu-me, eu estava a fazer um trabalho e precisava de uns artigos sobre um determinado tópico e perguntei ao ChatGPT que artigos é que surgiria. E ele sugeriu-me artigos com situações específicas, exatamente o que eu precisava, mas eu fartei-me procurar online e não encontra nada. E depois percebi que de facto tinham sido artigos em situações que é o próprio ChatGPT gerou, tendo em conta as possibilidades que eu dei. E a partir do momento em que mais pessoas usam, a literacia pode não ser a mesma utilização, por isso podemos criar aqui esse problema de estar ainda a difundir mais informação não verdadeira, por muitos motivos, por falta de literacia, por falta de tempo para verificação... Por isso sim, eu diria que essa formação seria necessário mais para isso. Porque a utilização é tão simples, que dá mesmo a ideia de que qualquer pessoa pode usar a qualquer momento. Mas tem esse perigo.

[Pergunta 9] E como é que você vê o futuro dos profissionais que não usam a inteligência artificial?

[Resposta] Eu acho que vai ter de haver sempre uma adaptação, como houve para todas as outras plataformas que foram surgindo nos últimos tempos. As empresas, as instituições também ficaram bastante reticentes no início a terem redes sociais. E demorou algum tempo até começarem a criar os perfis nas redes sociais e perceberem o valor disso mesmo. Por isso eu acho que no caso vai ser a mesma coisa. Existe sempre alguma reticência, mas a adaptação vai ter de existir. Porque, depois também em comparação, até para estas questões que estava a dizer, em termos de deficiência, há determinadas tarefas muito rotineiras, e que o valor acrescentado de ter uma pessoa, a ser uma pessoa a fazê-lo não é assim tanto. Se não fizerem essas tarefas com a ajuda das tecnologias, acaba por depois em comparação com outros profissionais, vão ser menos eficientes. E acho que também nesta parte da criatividade, essas ferramentas vão ajudar sempre.

[Pergunta 10] Num exercício aqui de futurologia, qual que é a sua visão do Futuro da inteligência artificial na comunicação?

[Resposta] Eu já pensei um pouco sobre isso e ainda não consegui formar uma opinião muito formada porque, acho que muitas coisas novas vão aparecer em muito pouco tempo, soluções que já vínhamos, de vídeo, filmes.... É uma revolução completa, cada vez mais aprimorada. Porque até agora víamos algumas imagens criadas por IA e conseguíamos identificar logo que foram criadas por IA. Pois não estavam o mais correta possível, havia algumas falhas nos personagens, na forma como estavam a falar. Assim como evoluiu t]ao rápido até agora, vai continuar a evoluir rápido. Pode ser um pouco preocupante. Não é? Porque vai ser muito mais rápido muito mais barato, talvez. E essa essa evolução, eu acho que não temos de propriamente assim, que aceitar, porque a revolução é normal, não é? Mas pode haver alterações muito grandes em termos de comunicação e na forma como nós comunicamos uns com os outros, como as empresas

comunicam também, porque estão a cada vez surgirem mais soluções, mais opções, e vai ser difícil ficar para trás e não integrando. Pode ser algo que não acontece já para o ano, mas também não vai ser algo que vai acontecer só daqui a 10 anos. Vai ser muito mais rápido. Por isso essa adaptação também vai ter que ser rápida para toda a gente. Vem sempre com alguns perigos associados, que eu acho, principalmente nesta questão da veracidade e da diferenciação de cada entidade. É o que vejo que pode ser para as empresas também pouco preocupante, não falando também das pessoas, dos recursos humanos, porque eu acredito que pode haver sempre essa integração. Já houve antes nessas evoluções tecnológicas e as pessoas continuaram a ser necessárias para fazer o seu trabalho. Mas não sei se é preocupante, mas a expectante.

[Pergunta 11] Teria algum outro aspeto assim do uso de inteligência artificial que você gostaria de partilhar ou discutir alguma preocupação?

[Resposta] Sim, eu acho que como estava mencionando, essa questão de conteúdos serem reais, serem verdadeiros. Eticamente pode ser um problema. Não no caso da comunicação corporativa, mas na comunicação nos média, pode haver cada vez mais essa dificuldade de confirmar o que é verdadeiro ou não. Nós estamos habituados agora receberem informações do outro lado do mundo num app e não sei se vai chegar no momento em que a informação que estamos recebendo não passou pela verificação de ninguém, e qualquer pessoa neste momento pode comunicar... Por isso eu acho que isso vai ser bastante preocupante. Preocupa-me um pouco também o impacto ambiental que estas tecnologias podem vir a ter, porque sabemos que cada vez mais estabilização, de todos os servidores que precisam de existir para haver esta acumulação de informação e tratamento da informação vai ser cada vez maior. E a partir do momento em que as pessoas também sabiam que se habituam nessa utilização rotineira, depois o impacto ambiental vai continuar. Vai ser cada vez maior. E não podemos estar a evitar, por um lado, determinado tipo de emissões, e de outro estamos a criar o monstro do clima. Isso também me preocupa um pouco assim.

[Entrevistado P7]

Cargo: Coordenadora de Comunicação

Área de atuação: Produção cultural, eventos, música, teatro

Sexo: Feminino

Idade: 29 anos

Experiência Profissional: 7anos

País: Portugal

[Pergunta 1] Você utiliza alguma ferramenta de inteligência artificial no seu dia a dia profissional?

[Resposta] Sim, mas não sou a pessoa que mais utiliza. No meu caso, no dia a dia eu uso bastante o DeepL, o software de tradução, que também permite resumir. No caso é o que eu utilizo mais, agora menos, porque as minhas funções já não exigem tanto, mas eu já usei também o GoodTape, para transcrever entrevistas, por exemplo, principalmente fazia mais conteúdos de assessoria de Imprensa e que, na verdade, uma recomendação de uma jornalista de O Público, porque é que eles usam no jornal para transcrever entrevistas e depois, embora não seja eu a utilizar de forma directa, os meus designers usam muito a ferramenta... Agora no Photoshop há uma ferramenta de inteligência artificial e que eles utilizam bastante para, por exemplo, reenquadrar fotografias ou coisas muito simples, é... vertical e precisamos nesse formato horizontal, então usam a ferramenta e criam o resto da imagem. Portanto acabam não a alterar, porque no nosso caso que trabalhamos arte e espetáculos, portanto não podemos manipular os corpos ou as imagens, mas se calhar, aumentar os backgrounds, alguns tipos de soluções bastante práticas. Eu não recorro muito aos ChatGPT porque nas minhas funções diárias eu não preciso tanto, porque é mais e-mails... Eu já não estou

tão envolvida na questão, por exemplo do copy, em que eu poderia usar o ChatGPT, mas hoje em dia, não tanto. Eu lido mais com e-mails, conteúdos, articular com artistas, designers, aprovar depois os materiais que eles produzem. Portanto, já não faço tanta cópia e daí também, se calhar, não usar tanto o ChatGPT na minha vida profissional. Na vida pessoal uso um bocadinho, mas na vida profissional, não uso tanto. Não uso muitas, mas algumas e se calhar, a expectativa é que as tarefas que não são tão prazerosas, comecemos a usar mais para este tipo de tarefas.

[Pergunta 2] E o que que você entende como inteligência artificial, ou seja, o modo genérico?

[Resposta] Como não sou da área de tecnologia, é tudo meio místico, de alguma forma. Ou seja, tenho consciência que é uma tecnologia que tem uma espécie de um lado da aprendizagem e que vai, na medida em vamos utilizando, vamos alimentando com a informação, essa ferramenta vai absorvendo e vai conseguindo aplicar de diferentes formas. Tanto que o próprio ChatGPT mesmo o DeepL dá para criarmos quase um perfil e aproximarmos a resposta que essas ferramentas nos dão à forma como nós naturalmente descrevemos, ou palavras que utilizamos ou, portanto, é uma coisa de se vai alimentando à medida dos inputs que outros vão dando. Agora como isso funciona em termos práticos, eu já não sei. É uma ideia muito abstrata, que eu tenho sobre o que é IA.

[Pergunta 3] E quando a gente fala de inteligência artificial generativa? Qual que é a primeira coisa que vem na sua mente?

[Resposta] Eu acho que continua a ser um bocadinho, o que eu estava a dizer. Vai gerando respostas e outputs mediante os inputs que são dados. Pelo menos isto porque há uns anos estudei um bocadinho a questão das imagens generativas e estou tentando transpor isso para a tecnologia. Mas tenho de dizer que se vai gerando à medida que algum input, alguns estímulos. Vamos chamar assim, acontece, acho que não.

[Pergunta 4] E assim, há quanto tempo que você utiliza a inteligência artificial generativa no seu trabalho?

[Resposta] Eu creio, mais nos últimos dois anos, talvez. Mais dos últimos dois anos e acredito que ao longo do tempo vá aumentando o meu recurso a essas tecnologias. Elas vão ficando mais conhecidas, não vou dizer mais democráticas, mas mais tarefas que se calhar temos de fazer e há tarefas que a pessoa vai recorrer a essa tecnologia porque não exige, não é assim uma questão artística. Mas também é válido. Se calhar não recorrer tanto, mas só traduções, transcrições, que são trabalhos chatos. Essas ferramentas são bastantes úteis e otimizam o tempo de trabalho. Não só o tempo de trabalho, mas o pessoal, então otimiza o tempo em geral. O tempo que eu não perco a estar a escrever uma entrevista é tempo que eu ganho para outra coisa, se calhar mais útil, para discutir com os meus colegas outra questão, outra abordagem, outro conceito. Então na minha perspectiva, essa é mais útil e mais valiosa do que se calhar para transcrever uma entrevista.

[Pergunta 5] Começar a fazer o uso dessas ferramentas ou foi uma política da sua organização da organização ou uma escolha sua?

[Resposta] Foi uma questão pessoa, até, um bocadinho. Na equipa com que eu trabalho, nós estamos todos, basicamente na mesma idade. Portanto, as pessoas estão entre os 29, 31, 32. Ainda também um bocadinho, vamos partilhando o que é que ouvimos falar, o que é que já usamos e enquanto equipa, começamos a utilizar estas. Não sei falar se no resto da organização utilizam as mesmas ferramentas, mas acredito que sim, pelo menos o ChatGPT eu acho que sim. Acho que veio um pouco de um lado pessoal entre nós e depois, portanto, cruzamos nossas ideias e começamos a aplicar no nosso dia a dia.

[Pergunta 6] E quais são as tarefas que você mais usa a IA?

[Resposta] Hoje seria para fazer a tradução e o de transcrição também. DeepL e Good Tape. ChatGPT nem conta, eu uso muito pouco.

[Pergunta 7] E o que que foi que te motivou a começar a fazer o uso dessas ferramentas?

[Resposta] Eu acho que eu acho que em cima tudo foi foi-se a questão da gestão do tempo e do custo de oportunidade. O tempo que eu perdia a traduzir ou a transcrever, nesse tipo de tarefas... Eu consigo realocar esse tempo para outras tarefas que, além de me preencherem mais, ou seja, eu tenho prazer em fazer, já são mais úteis e acho que, até agora, não podem ser feitas através dessas ferramentas. Quem sabe um dia... Mas também teve a correlação com este tipo de tecnologia. Eu prefiro ter uma tecnologia que me auxilie em tarefas e coisas que eu não gosto de fazer. Do que propriamente mais para tarefas de brainstorming, de conceitos, de alinhar uma estratégia... Que então se calhar, já fazem até por nós, acredito que sim.

[Pergunta 8] Que tipos de benefícios a inteligência artificial trouxe para o seu trabalho?

[Resposta] Acho que seria a questão da agilidade. Eventualmente, não já, mas eventualmente também numa questão de recursos financeiros, porque nós temos na mesma, no teatro, na parte das performativas, nos temos um tradutor (humano) e que já tem bastante percurso a traduzir estes conteúdos das partes das artes performativas, sinopses... às vezes é preciso um cuidado um bocadinho diferentes que estas ferramentas nos dão, sobretudo na questão do contexto fica... ainda não chegamos lá. Ou mesmo traduções idiomáticas. Se for fazer uma tradução literal de “filho de peixe sabe nadar” em inglês, não faz muito sentido. Então, às vezes acho que é aí o tradutor seja, neste momento, ainda não é um benefício financeiro porque nós não deixamos de ter um tradutor totalmente, para apenas usarmos essas ferramentas, mas poderá ser um caminho. Já usamos em coisas mais do dia a dia, em pequenos copys, ou coisas que são mais internas e já não vão ao tradutor. Também, no nosso caso é uma equipa que domina em inglês e, portanto, se houver alguns ajustes, conseguimos facilmente corrigir e ajustar, mas se calhar no futuro não assim tão distante, até poderemos deixar em

tanto a necessidade de ter o tradutor (humano). Mas para já, acho que sim, acho que o beneficiou é a questão de tempo, de agilidade, realocação desse tempo e essa energia para outras tarefas. E sim, acho que é isso, para já, muito importante em termos de dificuldades.

[Pergunta 9] Assim você enfrenta alguma dificuldade no uso dessas ferramentas.

[Resposta] Eu acho que para já, não são plataformas difíceis de se usar, para já não consigo apontar nenhuma. Acho que neste momento, a questão do contexto faz com que tenhamos de estar bastante atentos aos resultados que nos fornecem. Não é? E algumas coisas que ainda não estão, obviamente 100% por lá e pronto. Se calhar, posso dizer que se calhar tenho dificuldade em acompanhar todas as ferramentas eu poderia estar a usar e não estou a usar. Porque uma vez tanta coisa, tanto software que surge, etc. haverá outros tantos que poderiam ser úteis e eu ainda não sei, ou seja, dado ao número de informação e coisas que estão a ser criadas, se calhar até mais dificuldade em não saber as que estou a perder do que as que estou a utilizar.

[Pergunta 10] E você sente quer a necessidade de Treinamento específico para usar essas ferramentas?

[Resposta] Eu acho que logo o ponto de partida é a questão até do que é Inteligência Artificial e como é que funciona, acho que seria uma boa formação e sei que já existem alguns cursos. Acho que não sei se é Edit ou a Flag, só as escolas aqui do Porto e acho que de Lisboa também, porque tem os cursos online. Sei que nós fizemos um curso específico. Eu não consegui fazer. Eu sou coordenadas de artes performativas, mas há o diretor de comunicação da empresa, que está acima dos colaboradores todos, e eu sei que ele faz essa formação há umas três semanas, um mês, que era sobre isso, era só sobre adoção de ferramentas com AI em comunicação. Até comentamos em equipa que seria uma próxima formação, se calhar, poderíamos fazer. E acho que parte logo do princípio do conceito e que se calhar às vezes perceber como é que funciona também faz com que nós percebamos os limites que tem, as potencialidades. E podemos

conhecer mais outras ferramentas que nos poderiam ser úteis. Se não forem para mim, poderá ser paga na minha equipa, no caso dos designers.... No caso particularmente nos designers, estamos bastante atentos a isso, porque lhes facilita bastante algum trabalho, nas tarefas mais chatas das áreas do design. Portanto, eu acho que esse tipo formação, acho que era importante também para nos manter atualizados e também saber. Da mesma da forma que há uns anos houve, e ainda há, acho, um boom de formações em comunicação digital e as redes, como é que funciona, e Business Suite, e o Google Labs.. foi um boom. Acho que eventualmente essas formações vão começar também a dirigir-se para esse tipo de ferramentas

[Pergunta 11] E como é que você viu o futuro dos profissionais de comunicação que não fazem uso de inteligência artificial?

[Resposta] Eu acho que depende um bocadinho da área de trabalho. Comunicação já se faz a bastante tempo, e se faz com ou sem recurso, não é? Claro que acho que auxilia bastante o dia a dia, acho que o que ganhamos em tempo e em energia para outras coisas é insubstituível. Não acho que as pessoas depois, que não acompanham essa onda, que deixem de ser válidas. Podem é perder alguns dos benefícios. É para já ainda fico na dúvida se vai inviabilizar ou tornar alguém menos capazes. Mas acho que não vai substituir também de todos os usos, todas de pessoas de comunicação. Até porque mais uma eu espero que essas ferramentas sejam usadas para tarefas chatas e não para a parte criativa, no caso de pessoas de comunicação, de criar estratégia, conceito, perceber qual o público alvo. Acho que são ótimos para auxiliar nessa parte. Eu acho que quem não utilizar também não vai ficar para já com menos capacidades, com menos competências, vamos ver no futuro, mas acho que há uma certa parte das pessoas de comunicação, das pessoas mesmo, que neste momento ainda não são substituídas por isso. Se calhar, no caso design, até poderia acontecer, mas ao mesmo tempo, no aspeto do contexto e conceito e estratégia, acho que para já ainda não substitui. Acho eu.

[Pergunta 12] É um exercício um pouco de futurismo aqui, né? Qual que é a sua visão do Futuro da inteligência artificial na comunicação? Onde é que você acha que isso vai chegar? Qual que seria assim?

[Resposta] Se calhar podia ser algo do gênero a ver um uma estratégia básica para um produto com serviço e esse tipo de tecnologia a ajudar adaptar esse conceito essa ideia para os diferentes públicos alvos, por exemplo, de onde encontra dados estatísticos, por exemplo da atuação nas medias sociais, esses quais formatos, duração, por exemplo, seja acho que ainda assim, o conceito de básico, a ideia básica, seria para um lado humano, mas se calhar, pois a possível adaptação da sua sugestão para diferentes públicos alvo, por exemplo, poderia vir desses dados todos que estamos reunindo e depois fazemos esses outputs para diferentes públicos alvo a partir da mesma campanha, por exemplo. Não sei se é mesmo exercício me conta. Sem contar a quantidade de dados que são gerados e estão sempre a alimentar cada vez mais, cumulativo. Se calhar poderia ser um bom futuro. A partir da quantidade de dados que reúne, que gera, se calhar, permitir essa segmentação automática, ser implantada automaticamente... Mas pelo menos os primeiros serem confirmados e ajustados...

[Pergunta 13] Tem algum outro aspeto do uso de inteligência artificial que você gostaria de compartilhar o discutir alguma preocupação?

[Resposta] Eu acho que vão surgindo pequenas questões no dia a dia, sobre o que será ética, o que não será ética. Em particular na área de design, casos de manipulação de imagens, etc. Qual é que é o ponto? Ou seja, o que que é uma correção de uma imagem e que seria uma manipulação de uma imagem... Não me incomodo com conteúdo gerado pelo ChatGPT, porque para ele gerar algo, precisa haver o input de alguém. Então para já não me incomoda. Portanto não é uma coisa que já vem de nós. Eh e é justamente pensando da forma como é que essa tecnologia está a ser utilizada. Nós sabemos que se calhar as tecnologias, na maioria dos casos, que advém por causa da questão de guerra e no contexto bélico e depois que se transforma em coisas boas. Mas eu acho que a necessidade de regulamentação, para mim está claro, de ser regulado e

ser claro quais são as regras. No caso do Good Tape, em que são feitas dessas entrevistas. Portanto é descarregado o ficheiro com a voz de alguém. Se calhar perceber se essa voz, se essa faixa de áudio, está no software, garantir que essa voz depois não pode ser usada para outras frases... Eu acho que esse tipo de coisa, ela é importante, ou seja, o input que nós demos, perceber quais é que pode ou até que vai ser para outra coisa, porque, claro que ele vai aprendendo e vai acumulando, no caso da IA Generativa. Mas gera através da voz que eu e forneci? Eu espero que não. Pois também há uma série de coisas dessas, de fakenews, fakepic, que vão gerando... e no mundo do jornalismo e etc. isso tem sido bastante caótico. Os jornais além de noticiar ainda tem de policiar e combater contra as fake news. Portanto, da área de comunicação social, ainda há mais esse perigo que que questão de comunicação de empresas e de assessoria.