
Imaginários sociotécnicos e inteligência artificial nas práticas discursivas dos profissionais de Relações Públicas¹

Polyana Inácio Rezende SILVA²
PUC Minas, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo investigar as práticas discursivas sobre Inteligência Artificial e a profissão de Relações Públicas. Em meio às tecnologias e plataformas conectadas, imaginários sociotécnicos são construídos e compartilhados. Com o aporte metodológico da Análise de Conteúdo (AC), são analisados textos de profissionais/organizações coletados nas mídias sociais e plataforma ChatGPT, entre março e junho de 2024. Os resultados parciais da pesquisa trazem elementos da disputa de poder e sentido acerca da atuação dos RPs nas Organizações.

PALAVRAS-CHAVE:

Inteligência Artificial, Comunicação Organizacional, Relações Públicas, Imaginários Sociotécnicos, Cultura da Plataforma.

INTRODUÇÃO

As práticas discursivas e as interações da comunicação no contexto das organizações mobilizam imaginários sociotécnicos. Na definição de Jasanoff e Kim (2015) estes imaginários são ações de coprodução reveladas em “visões coletivamente sustentadas”. É pertinente investigar a Comunicação Organizacional à luz deste conceito quando pensamos na realidade dos profissionais de Relações Públicas (Oliveira, 2009; Kunsch, 2003, 2008) como algo partilhado entre os públicos, e dentre outros, em como as práticas deste campo são afetadas pelas redes sociotécnicas (Latour, 1994) da Inteligência Artificial no contemporâneo (Lee, 2019; Kaufman, 2020; Nóbrega, 2023; Turing, 2016).

Tendo em vista a circulação, visibilidade e interesse sobre a IA nas organizações, o objetivo do presente trabalho é investigar o imaginário sociotécnico (Jasanoff; Kim, 2015) que se constitui sobre a profissão de RP a partir das práticas discursivas (Oliveira, 2009; Fairclough 2001) de profissionais e organizações sobre o

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do curso de Relações Públicas da PUC Minas, membro dos grupos Dialorg e Bertha - PPGCOM da PUC Minas, e-mail: polyana@pucminas.br.

tema da IA, por meio de textos compartilhados nas mídias sociais. Ou seja, como estes conteúdos revelam os desafios e dilemas da profissão, em especial sobre Inteligência Artificial, e em contextos de digital plataformizados (Salgado, 2023; D'andréa, 2021)?

De modo exploratório e qualitativo, com o aporte metodológico da análise de conteúdo (Bardin, 2016; Franco, 2008), o artigo analisa um *corpus* de 25 publicações com conteúdo voltado à realidade de trabalhos dos RPs com a IA, selecionados dentre 85 publicações coletadas nas plataformas LinkedIn e Instagram, entre março e junho de 2024, em pesquisa em curso. Também foram realizados testes com a plataforma ChatGPT considerando os resultados analisados, a partir do seguinte critério metodológico: dos conteúdos sobre a profissão de RP, quais as ferramentas, métodos, modelos e desafios éticos da IA aparecem?

No âmbito da Comunicação Organizacional muitos destes elementos apresentam-se como imaginários engendrados aos desafios das organizações contemporâneas, dentro do que também podemos situar como parte “Cultura da Plataforma” (D'andréa, 2021; Santaella, 2023). Com isto é possível averiguar que as práticas discursivas revelam tanto a amplitude quanto os desafios e disputas de sentido entre os campos das Relações Públicas e das organizações.

Os resultados parciais da pesquisa revelam que a temática da IA na Comunicação Organizacional apontam para reformulações na prestação de serviço, assim como mostra as controvérsias, futuras ações e conceitos que constituem o imaginário sociotécnico da profissão de RP em diálogo com temas e tecnologias emergentes.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: IA NAS ORGANIZAÇÕES

Ao criar a “Máquina de Turing”, o matemático Britânico Alan Turing abriu a possibilidade de pensarmos no que conhecemos hoje como Inteligência Artificial. Ou seja, é viável considerarmos que máquinas podem ser programadas para aprender a simular a inteligência humana. Neste sentido, o conceito de Inteligência Artificial, como um campo de pesquisa de áreas afins da Ciência da Computação, se desenvolveu a partir da década de 1950.

Atualmente vemos uma miríade de profissionais e pesquisadores, produtores de conteúdo na internet e empresas de vários setores buscando compreender de que modo a

Inteligência Artificial pode ser compreendida em seus contextos de atuação. Do mesmo modo, profissionais de Relações Públicas buscam compreender a tecnologia, os métodos e modelos computacionais implicados nos debates e ferramentas da IA nas organizações.

Afinal, a IA de agora se articula à realidade das plataformas, das mídias sociais (Bueno, 2015) e demais redes sociotécnicas nas quais as organizações se presentificam. A IA de agora também é definida pelos discursos de mercado. Parte destes elementos nos dão pistas das inúmeras relações entre RP e IA, e em especial, sobre os modos de trabalho que a profissão assimilará a partir destes contextos.

Segundo Kaufman (2019) a IA está presente na sociedade como um todo. Nos setores da economia, da ciência, da educação e da comunicação. O cérebro humano e suas redes neurais inspiram projetos de *deep learning* (aprendizado profundo) que afetam diretamente os âmbitos social e econômico. Segundo a autora o que temos hoje é um ator novo, eficiente para executar tarefas e sem nenhuma inteligência.³

A ideia da autora é que precisamos conhecer minimamente como tudo isso funciona, para que então possamos nos aproximar da compreensão dos contextos em que a IA pode nos afetar. Assim, é fundamental que essa proximidade nos traga a crítica necessária para superar uma visão tecnocêntrica da questão, sobretudo com relação às práticas de Relações Públicas na Comunicação Organizacional.

Sabemos que dinâmicas organizacionais são atravessadas por lógicas neoliberais que suscitam questões relacionadas à precarização de diversas formas de trabalho. Nestes fluxos de interações, a sociabilidade torna-se um elemento implicado para as decisões que as empresas tomam sobre projetos e planejamentos.

Neste sentido, para afirmar sobre o potencial de uma tecnologia deve-se considerar o risco de que os rumos das organizações podem assumir uma perspectiva determinista, redutora e excludente. Deve-se considerar a dimensão política das mediações tecnológicas da IA pois elas também revelam conflitos de interesse e desafios éticos aos ambientes organizacionais. Por isso, a questão da IA não deve ser anunciada somente como uma revolução. Ela é parte de um contexto maior que mobiliza corporações, capitais sociais, culturais e econômicos das organizações.

³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6HmN5edLr8g>>. Acesso em 10 out. 2023.

Tais processos e a presença da IA se dá pelos discursos e imaginários já que de fato este composto pode alterar as formas de acesso, curadoria e propagação da informação, por exemplo. Do mesmo modo que alterar a produção de sentido, consumo, dos cuidados de si, a gerência do cotidiano organizacional, as alternativas de transporte e entretenimento, e finalmente os modos de trabalho na vida contemporânea.

Considerando o cenário contemporâneo da profissão visto sob a ótica das práticas discursivas dos profissionais de RP, os conteúdos em circulação nas mídias sociais e outros canais do digital revelam muitos elementos importantes. Segundo Ye (2019) a atual visão de mundo do Vale do Silício mudou os ideais da contracultura da computação especialmente entre 2000-2020.

As abordagens dos engenheiros e tecnólogos das grandes corporações de tecnologia precisam ser questionadas. Elas carregam “as dimensões do poder, do capital, da história e da identidade nas quais a promessa do humano se apresenta.” (Ye, 2021, p.43). A nosso ver estas são práticas discursivas que reverberam a visão compartilhada pelo imaginário sociotécnico de muitos profissionais acerca da IA.

Considerando que neste trabalho objetivamos compreender a visão dos profissionais de RP sobre o tema, os conteúdos gerados por eles nas mídias sociais demonstram parte de como percebem esta “realidade sociotécnica” destes tempos. Segundo Santaella (2023) esta realidade pode ser vista pela ótica da “Cultura de Plataforma”. Esta que é alimentada pelas *Bigs Techs* e “tem sua ênfase exclusiva no entretenimento e na diversão, em função do surgimento de um sistema inteiramente novo chamado de sistema de recomendação” (Santaella, p.22, 2023) que é propiciado pelas plataformas de entretenimento, por exemplo.

Neste sentido, como fica a atuação dos Relações Públicas em um contexto complexificado por ambiências digitais e potencializadas por sistemas de aprendizagem de máquina? Quais as habilidades e competências são demandadas no trabalho com esta realidade organizacional que afeta formas de culturas organizacionais, formação de públicos, opinião pública e sociedade? Como ir além de uma abordagem tecnicista sobre o assunto?

Em meio à plataformação de experiências sociais de Comunicação, as organizações se dividem entre a humanização das marcas e a “materialização da ideologia do progresso” especialmente nos “ambientes relacionais das organizações

modernas” (MAFRA, 2023, p. 1). Nestes espaços, as relações de delegação e empoderamento associáveis à tecnologia também revelam os imaginários sociotécnicos compartilhados sobre ela.

O conceito de imaginário sociotécnico proposto por Jasanoff e Kim (2015), pode ser pensado no contexto da IA. Para as autoras os imaginários sociotécnicos são “visões coletivamente sustentadas”, ancoradas por ações de coprodução. Metodologicamente elas implicam em quatro fases do desenvolvimento que associamos ao método da Análise de Conteúdo como discutiremos no próximo tópico. São eles: (1) os imaginários são fundamentados nas ideias; (2) elas são ou não incorporadas pelos agentes; 3) pode haver impedimentos/resistência; 4) essa resistência pode ser material ou imaterial. (Jasanoff; Kim, 2015, p. 321).

Segundo Livia Nóbrega (2023) o imaginário também é parte da “experiência de ser e estar no mundo” pois seguimos com a “forte presença das histórias que no cotidiano revela um papel que está para além do entreter, pois, entre outras funções, elas detêm a capacidade de acionar o inconsciente coletivo, ativando o imaginário.” (Nóbrega, 2023. p.15).

Considerando os imaginários sociotécnicos, as condições da prática discursiva (Oliveira, 2009; Generoso, 2023) se dão “a partir das relações entre domínio dos objetos, posições subjetivas, campo dos enunciados e possibilidade de apropriação e de utilização dos discursos” (Generoso, 2023, p.168). Ou seja, práticas discursivas organizacionais se interligam às redes sociotécnicas⁴, na medida em que essas últimas articulam ambiências materiais/imateriais do organizacional, das plataformas e da IA.

Deste modo os conteúdos opinativos de profissionais, as análises e prognósticos revelados em relatórios de tendências sobre IA que eles comentam são emblemáticos exemplos dos textos contidos nas práticas discursivas dos profissionais investigados pois se entrelaçam ao imaginário sociotécnico dos profissionais de RP não apenas sobre a IA mas indicando possibilidades do campo da Comunicação Organizacional se reorganizar frente ao desenvolvimento de novas habilidades e competências.

Considerando a relação entre a circulação de textos e conteúdos que relacionam IA e RP, este trabalho também pretende identificar o estatuto conceitual da Inteligência

⁴ A noção de redes sociotécnicas como definida por Bruno Latour (1994) refere-se à interconexão de pessoas e objetos/coisas que devem ser compreendidos como potenciais sinônimos que no contexto de uma investigação integram novos componentes.

Artificial em diálogo com o campo da Comunicação Organizacional. Para tanto, o aporte metodológico da Análise de Conteúdo parte da proposta de Bardin (2016) e associa-se a outras vertentes da AC, na tentativa de que outros autores auxiliem a organização dos procedimentos de investigação e análise dos *posts* coletados entre março e junho de 2024.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS: RP E IA NOS IMAGINÁRIOS SOCIOTÉCNICOS DOS PROFISSIONAIS

Segundo Bardin (2016) a AC é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações utilizadas visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (Bardin, 2016, p. 42).

A análise de conteúdo é uma das principais técnicas para análise de dados qualitativos e é pertinente ao presente trabalho por permitir derivações e aprofundamentos analíticos dos dados. Entretanto trata-se de um desafio metodológico pois segundo Barbosa *et al*, (2022) este método pode engessar a análise, tornando-a superficial e ultrapassada em comparação a outras técnicas. A análise de conteúdo pode extrapolar o método de Bardin (2016) e se atualizar.

Considerando o escopo deste trabalho, uma estratégia adequada ao problema de pesquisa a nosso ver, é articular a AC às quatro fases de desenvolvimento do imaginário sociotécnico, como proposto por Jasanoff e Kim (2015), junto à amostragens de textos para a criação de um corpus qualitativo e com transparência metodológica. Nisto reside a “a credibilidade da pesquisa e as formas de validação dos dados qualitativos” (Barbosa *et al*, p.488, p. 2022).

Assim, o critério metodológico dos conteúdos analisados priorizaram textos nos quais são discutidas a visão do profissional sobre IA e RP, as ferramentas, métodos, modelos e desafios éticos da IA na Comunicação Organizacional. A organização e análise do corpus empírico se fez a partir de coleta de dados realizada semanalmente entre março e junho de 2024, a partir de observação sistemática nas plataformas de mídias sociais LinkedIn e Instagram. De modo exploratório e qualitativo, o artigo analisa um *corpus* de 25 publicações com conteúdo voltado à realidade de trabalhos dos

RPs com a IA, selecionados dentre 85 publicações coletadas em pesquisa de pós-doutoramento em curso.

No último mês de observação, em junho de 2024, foram realizados cinco testes com a plataforma generativa de texto ChatGPT para analisar quais seriam os resultados trazidos pela plataforma diante de perguntas sobre a relação entre IA e a profissão de RP. Foram considerados a construção de comandos (*prompts*) com base na questão de pesquisa e termos mapeados nos 25 textos coletados. Nas duas situações o objetivo é validar as associações textuais, por meio de conectores (palavras-chave) considerando as fase do imaginário sociotécnico e as deduções que a AC nos permitiu vislumbrar durante a investigação.

CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

A Comunicação Organizacional é um campo em diálogo com o social e suas questões emergentes. Elas alteram nossas formas de viver e podem ser objetos de investigação. Espera-se portanto que este trabalho contribua para o debate da IA no contexto das organizações ao elencar os desafios profissionais junto a uma espécie de plataformização da atividade das Relações Públicas.

Posto que o imaginário sociotécnico em torno das organizações, surge das relações com os públicos e com as ferramentas de cada tempo, os resultados preliminares deste trabalho mostram que há mais burburinho do que efetivas mudanças das práticas de RP. Este aspecto demonstra o apelo e a visibilidade dos discursos de mercado, o que por sua vez estimula a investigação da amplitude deste debate.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** / Laurence Bardin ; [tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro] Lisboa: Edições 70, 2016.

BUENO, W. C.. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. 1. ed. São Paulo: Editora Manole, 2015. v. 1. 230p.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/32043>>. Acesso em: 16 set. 2023

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Brasília: Líber Livro, 2008.

JASANOFF, Sheila; KIM, Sang-Hyun. *Dreamscapes of modernity: Sociotechnical imaginaries and the fabrication of power*. Chicago: University of Chicago Press, 2015.

LATOURETTE, B. **Jamais fomos modernos**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2013.

MAFRA, Rennan Lanna Martins. *Comunicação interna como encruzilhada biopolítica: historicidades, latência e melancolia*. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/43025/28172>>. Acesso em: 13 nov. 2023.
winner

MOURÃO, Isaura G. **Comunicação Organizacional: saber e prática-discursiva: uma compreensão inspirada em Michel Foucault**. Editora Appris, Curitiba, 1ª edição, 2023.

KAUFMAN, Dora. **Desmistificando a inteligência artificial**. Editora Autêntica, São Paulo, 2022.

SALGADO, Tiago Barcelos Pereira. **Sociologias pragmáticas e cultura digital** / Tiago Barcelos Pereira Salgado. - Salvador : EDUFBA, 2022. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/36419>>. Acesso 20 set, 2023.

SAMPAIO, Rafael *et al.* **Muita Bardin, pouca qualidade: uma avaliação sobre as análises de Conteúdo Qualitativas no Brasil**. In: Revista Pesquisa Qualitativa. São Paulo (SP), v.10, n.25, p. 464-494, set./dez. 2022. Disponível em: <<https://editora.sepq.org.br/rpq/article/download/547/340/2207>>. Acesso em: 25 jun. 2024.

SANTAELLA, Lucia. **Pensar a inteligência artificial** [livro eletrônico]: cultura de plataforma e desafios à criatividade / Lucia Santaella; org. Daniel Melo Ribeiro, Geane Alzamora. - Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2023. Disponível em <<https://seloppgcomufmg.com.br/wp-content/uploads/2023/04/Pensar-a-inteligencia-artificial-Selo-PPGCOM-UFMG-1.pdf>>. Acesso 20 jun. 2024.

TURING, Dermot. **A história da Computação. Do ábaco à inteligência artificial**. Mbooks, São Paulo, 2020.

YE, Katherine. **O Vale do Silício e a língua inglesa**. In: Parte 1 Imaginários e contracorrentes - Afetando Tecnologias, Maquinando Inteligências. Center of Arts, Design, and Social Research,

Instituto de Estudos Avançados (IEA USP), Grupo de Arte e Inteligência Artificial (GAIA USP), São Paulo 2021.

OLIVEIRA, Ivone Lourdes de.; MARCHIORI, Marlene. **Comunicação, Discurso e Organizações**. 1 ed. Editora Difusão (Série Pensamento e Prática), São Caetano do Sul, SP, 2012.

OLIVEIRA, Ivone Lourdes de.; MARCHIORI, Marlene. **Redes Sociais, Comunicação e Organizações**. 1 ed. Editora Difusão (Série Pensamento e Prática), São Caetano do Sul, SP, 2012.