

Relações Públicas na Era da Inteligência Artificial Generativa: Impactos éticos na profissão ¹

Kaira Lorrane Teixeira Feitosa²

Luís Carlos da Silva³

Fellipe Sá Brasileiro⁴

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

A integração crescente da inteligência artificial generativa tem desencadeado transformações significativas na profissão de Relações Públicas. Esta pesquisa objetiva discutir como a integração da inteligência artificial generativa (IAG) impacta as dinâmicas éticas da profissão de Relações Públicas. Trata-se de uma revisão bibliográfica, cujo dados foram recolhidos das plataformas Scopus, Web of Science, SciElo e Google Acadêmico. Os resultados demonstraram que os impactos da IAG em RP surgem da falta de compreensão sobre o que é essa tecnologia e as suas formas de integração no ambiente organizacional, além de vieses e desinformação que ela pode ocasionar.

PALAVRAS-CHAVE: Inteligência Artificial Generativa; Ética; Relações Públicas.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o debate em torno da inteligência artificial tem se intensificado, emergindo como uma realidade repleta de possibilidades outrora consideradas meramente ficcionais pela sociedade. Atualmente, uma das aplicações mais proeminentes da inteligência artificial (IA) é a “machine learning”, conhecida dentre as inteligências artificiais nominadas de “redes neurais”.

¹ Trabalho apresentado na Mostra de Oportunidades em Comunicação, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Discente na Graduação de Relações Públicas da Universidade Federal da Paraíba.

³ Doutorando em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba.

⁴ Docente na Graduação de Relações Públicas da Universidade Federal da Paraíba.

⁵ A IA Generativa busca reproduzir as funções de um cérebro biológico, que se desenvolve ao longo do tempo por meio de experiências. No caso da IAG, contudo, o processo ocorre por meio da coleta e análise de dados disponíveis.

Nesse contexto, pesquisas começaram a ser realizadas na área da comunicação incluindo Relações Públicas (RP), devido a sua aplicação crescente no mercado. Alguns autores apontam que a inteligência artificial generativa (IAG) pode impactar a profissão de Relações Públicas através da automatização de processos.

A realidade é que muitas vezes a IAG pode gerar resultados errôneos, falsos e até mesmo apresentar vieses algorítmicos, demandando uma discussão sobre os desafios que surgem com essa fusão tecnologia e destacando a necessidade premente de estabelecer práticas e diretrizes que se apliquem a esse cenário.

Tendo em vista a rápida absorção da IAG no âmbito da comunicação, o presente estudo busca responder a seguinte problemática: como a inteligência artificial generativa impacta as dinâmicas éticas da profissão de Relações Públicas? Para responder esse questionamento delimitamos o seguinte objetivo geral: discutir como a integração da inteligência artificial generativa impacta as dinâmicas éticas da profissão de Relações Públicas diante dessa nova era tecnológica.

METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão bibliográfica que, de acordo com Mazzotti (2002), consegue contextualizar um cenário com obras resgatadas na literatura que abordem o tema em questão, tanto na atualidade quanto em fatos passados, demonstrando o processo de evolução dos estudos sobre o assunto. Os dados da pesquisa foram coletados nas seguintes bases: Scopus, Web of Science, SCIELO - Scientific Electronic Library Online, Google Acadêmico, Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e livro físico.

Os critérios de inclusão estabelecidos para selecionar as obras publicadas foram: terem sido publicados no período de 2000 a 2024, disponíveis na língua portuguesa, inglesa e espanhola, *online* na íntegra, artigos e livros que contemplavam as palavras chaves utilizadas para efetuar as buscas, sendo utilizados os seguintes descritores para coleta: “Public relations”, “Generative Artificial Intelligence” e “Ethic”. Foram excluídos aqueles cujos textos não estavam de forma integral, além de cartas editoriais e comentários. Para a análise dos dados observamos a literatura disponível de forma abrangente, a fim de compreender os principais pontos expostos nas obras.

A relação entre a Inteligência Artificial Generativa e Relações Públicas

Ao longo da carreira profissional de Relações Públicas, nos deparamos com inúmeras possibilidades de atuação e estamos inerentes aos avanços tecnológicos no campo da comunicação. Diante desse avanço, possa ser que não estejamos nos adaptando corretamente as mudanças proeminentes no mercado de trabalho que se relacionam com a tecnologia. Conforme Ahmad (2019) os profissionais de RP devem estar preparados para se adaptar as mudanças e devem otimizar o uso das novas tecnologias existentes na comunicação. Logo, a adaptabilidade nessa nova era, torna-se função fundamental na formação dos profissionais de comunicação.

Esta função é hoje essencial para as relações públicas, pois permite responder à necessidade de oferecer uma “resposta organizacional ponderada às condições em mudança e de enfrentar os desafios do ambiente ou das partes interessadas” no contexto tecnológico (Arcos 2016 *apud* Soriano e Vald’es 2021, p. 2).

Assim, com o avanço da inteligência artificial generativa nos perguntamos: como é possível a aplicação da IAG dentro nas atividades que o RP pode exercer? Para entendermos essa condição disruptiva, devemos levar em consideração a necessidade de adaptação e sinergia, conceitos de uma comunicação integrada já proposta por Kunsch (2003), pois para ela esses conceitos formam um cenário atualizado, gerando uma comunicação que agrega valor, facilita os processos interativos e as mediações que ocorrem na comunicação organizacional.

Com a inserção da IAG no cotidiano, os profissionais de RP passaram a enfrentar barreiras informacionais, como o desconhecimento sobre o que é a inteligência artificial e suas capacidades, a desinformação gerada pela IAG em seus resultados, e outros desafios decorrentes da necessidade de adaptação a essa nova realidade tecnológica. O fato é que não podemos abster nossos posicionamentos ou simplesmente aceitar a aplicação de qualquer IA, sem o devido processo argumentativo sobre como podemos aplicá-la ou se devemos utilizá-la.

Para isso, primeiro entendemos a sua utilidade, não excluimos os riscos e investigamos, a fim de obter resultados concretos para a decisão. Essas etapas podem ocorrer através de análises como, a SWOT e as análises PEST. A análise SWOT, por exemplo, pode identificar pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades, as PEST

focam em aspectos políticos, econômicos, sociais, ambientais, legais e tecnológicos. (Gregory 2010; *apud* Soriano e Vald'es, 2021).

Segundo Kunsch (2009), o profissional de Relações Públicas tem a função de preservar os relacionamentos públicos e diversos tipos de organizações, implicando em várias atividades como as que tenham bases tecnológicas.

De acordo com Arief e Gustomo (2020), uma pesquisa com profissionais de RP identificou algumas tarefas que poderiam ser realizadas com auxílio da IA, como recorte e análise de notícias que afetam a imagem e reputação da organização, monitoramento e análise das mídias sociais como forma de escutar os públicos e obter *insights* para as organizações e a elaboração e distribuição de comunicados à imprensa. Essas são apenas algumas das muitas funções oferecidas por essa nova tecnologia e espera-se que sua utilização cresça. Devemos adaptar-nos de forma a não prejudicar nosso espaço e preservar nossa colaboração para realizar atividades em conjunto com ela, enquanto analisamos seus resultados para evitar erros.

IMPACTOS ÉTICOS DA IAG NA PROFISSÃO

A partir dos resultados encontrados salientamos a necessidade premente de estabelecer diretrizes éticas como princípio fundamental no contexto do avanço da IAG, considerando que a vasta quantidade de dados coletados nem sempre é precisa e confiável. Assim, seguindo essa lógica, podemos direcionar nosso questionamento para os dados que ela utiliza para gerar os resultados, de onde eles são recolhidos? A resposta é que os dados absorvidos pela inteligência artificial generativa, são dados produzidos por nós seres humanos, que reproduzimos no ambiente da Web preconceitos, desinformação e até mesmo notícias falsas, a IAG apenas fornece resultados baseados nas informações sobre determinado tema já existente.

Evidentemente que “a entidade” por trás dos cálculos é o próprio humano, sendo essa antropomorfização maquínica mais uma forma de alienação humana da sua própria essência, portanto, das responsabilidades sobre suas ações, mas em um novo formato plasmado pelos processos tecnológicos hiperpotentes, vale dizer, pela transferência a um suporte concreto (Brochado, 2022, p. 84).

Com esse pensamento, deixamos de lado um único discurso, que inibe as responsabilidades de profissionais, pois somos capazes de analisar informações,

ponderar decisões, identificar as ameaças, assim como perceber o enviesamento de informações.

Portanto, explorar as ramificações éticas da integração da inteligência artificial generativa nas práticas de Relações Públicas é essencial para orientar profissionais, pesquisadores e educadores a desenvolver abordagens responsáveis e sustentáveis diante desse cenário dinâmico entre a tecnologia e a comunicação, entendendo que os efeitos da IA Generativa, pois

Dependem do que os seres humanos fazem com ela, como a percebem, como a experimentam e usam, como a inserem nos ambientes técnicos-sociais. Cabe à sociedade humana deliberar, dentre inúmeras questões, sobre se a IA deve ser aplicada em todos os domínios e para executar todas as tarefas, se o uso da IA em aplicações de alto risco se justifica. O desafio é buscar o equilíbrio entre mitigar (ou eliminar) os riscos e preservar o ambiente de inovações, sem supervalorizar nem demonizar a IA (Kaufman, 2022, p. 24).

Assim, podemos não só compreender que as funções mediadas por algoritmos impactam a nossa profissão, mas conseguimos enxergar a necessidade da adaptabilidade e sinergia nesse novo cenário, sempre prezando pela ética e responsabilidade diante desse cenário emergente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, os resultados objetivados mostram que profissionais de RP enfrentam desafios éticos na utilização da IAG em suas funções, devido as barreiras informacionais como por exemplo, o que é inteligência artificial generativa e suas capacidades. Outro ponto importante, é que há uma lacuna na pesquisa sobre a relação entre a IAG e Relações Públicas, os resultados da pesquisa demonstram a falta de informações entre as áreas, e a ausência de estudos que enfatizem a importância da capacitação e preparação dos profissionais que possivelmente precisaram integrar suas funções a diversas tecnologias como a IAG.

Outrossim, observamos através de algumas das obras disponíveis que é crucial para o campo da comunicação compreender os riscos de vieses, preconceitos e desinformação, através de análises factuais sobre a IAG, o que sugere a melhoria e contribuição dos profissionais de RP na criação de práticas e diretrizes que beneficiem a profissão, agregando valor às nossas habilidades como seres humanos e comunicadores,

compreendendo de fato que a sociedade contemporânea está inerente a integração de diversas tecnologias. Evidentemente, esse cenário inclui as organizações, e os profissionais de RP que precisaram estar cientes e preparados para lidar com as possíveis integrações da inteligência artificial generativa no ambiente organizacional.

REFERÊNCIAS

ARIEF, N. N.; GUSTOMO, A. Analyzing the Impact of Big Data and Artificial Intelligence on the Communications Profession: A Case Study on Public Relations (PR) Practitioners in Indonesia. **International Journal on Advanced Science Engineering Information Technology**, v. 10, n. 3, 2020.

AHAMAD, Z. A. Embracing social media: The change and disruption to public relations practices in Malaysia. **Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of (AHMAD, 2019)Communication**, 35(1), 319–337. Disponível em: <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3501-21> Acesso em: 20. mar.2024.

BROCHADO, M. Inteligência Artificial e ética: Um diálogo com Lima Vaz. **Kriterion: Revista de Filosofia**, 64(154), 75–98. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0100-512X2023N15404MB> Acesso em: 10.mar.2024.

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida M. K. (2009). Relações Públicas e Comunicação Organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica. **Organicom**, [S. l.], v. 6, n. 10-11, p. 49–56, 2009. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139003>.. Acesso em: 20.mar. 2024.

KAUFMAN, Dora. **Desmistificando a inteligência artificial**. Belo Horizonte: Autêntica, 2022.

MAZZOTTI, Alda J. A “revisão da bibliografia” em teses e dissertações: Meus tipos inesquecíveis. **Caderno de pesquisa**, São Paulo, n.81. Disponível em: <https://publicacoes.fcc.org.br/cp/article/view/990/999> Acesso em: 08.fev.2024

SANTA SORIANO, A.; TORRES VALDÉS, R. M. Engaging universe 4.0: The case for forming a public relations-strategic intelligence hybrid. **Public Relations Review**, v. 47, n. 2, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102035> Acesso em: 10.mar.2024.