

## **Inteligência Artificial e Competência Digital como Mediação Estratégica nas Relações Públicas Contemporâneas<sup>1</sup>**

Isabela Gaspar Silva MARIANNO <sup>12</sup>

Regina Célia Baptista BELLUZZO <sup>23</sup>

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp - Bauru)

### **Resumo**

As transformações tecnológicas atuais têm reconfigurado os processos comunicacionais nas organizações, especialmente diante da intensificação da dataficação e da incorporação de sistemas de inteligência artificial. Nesse cenário, a comunicação organizacional e as Relações Públicas passam a atuar mediadas por dados, algoritmos e métricas que influenciam dinâmicas de visibilidade, reputação e relacionamento institucional. O artigo apoia-se em pesquisa bibliográfica seletiva e tem natureza teórica e exploratória buscando refletir sobre Comunicação Organizacional, Dataficação, Relações Públicas e Competência Digital a partir da análise das publicações abordadas. Discute como a articulação entre dataficação e inteligência artificial reorganiza práticas comunicacionais nas organizações e aponta o desenvolvimento da competência digital como elemento estratégico para uma atuação crítica e responsável em ambientes digitais mediados por sistemas algorítmicos.

### **Palavras-chave**

Comunicação Organizacional; Dataficação; Relações Públicas; Competência Digital.

### **Corpo do trabalho**

Apresenta-se reflexão teórica sobre Comunicação Organizacional, Dataficação, Inteligência Artificial e Competência Digital no contexto das Relações Públicas contemporâneas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP3: Comunicação digital, tecnologias, dados e IA, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

<sup>2</sup> Doutoranda em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp-Bauru). E-mail: [isabela.gaspar@unesp.br](mailto:isabela.gaspar@unesp.br)

<sup>3</sup> Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes-Universidade de São Paulo (USP) e Pós-Doutora em Gestão Escolar pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp- Araraquara) Docente permanente em Regime de Voluntariado junto ao PPGMiT-UNESP-Bauru. Email: [rbelluzzo@gmail.com](mailto:rbelluzzo@gmail.com)

## **1. Trabalhando a Comunicação Organizacional no Ecossistema Datafocado**

As transformações tecnológicas das últimas décadas trazem um constante movimento no ambiente comunicacional, marcado pela centralidade das plataformas digitais, pela automação de processos e pela intensificação da lógica da dataficação. Castells (1999) destaca que não é possível compreender a sociedade contemporânea dissociada da tecnologia, evidenciando a relação intrínseca entre transformações tecnológicas e dinâmicas sociais.

Neste cenário insere-se a dataficação, termo que foi proposto em 2013 por Mayer-Schoenberger e Cukier (2013, p.28) e refere-se ao processo pelo qual dimensões da vida social são continuamente traduzidas em dados quantificáveis. Tal dinâmica corresponde à modificação de comportamentos e ações, implicando em uma reconfiguração epistemológica da própria realidade organizacional, uma vez que decisões estratégicas passam a ser orientadas por indicadores, dashboards e sistemas preditivos, fazendo com que práticas comunicacionais tornem-se inseparáveis de dispositivos técnicos que operam segundo lógicas algorítmicas, orientadas por critérios de performatividade. Assim, a dataficação é compreendida como um processo de abstração da vida social, no qual experiências, práticas e interações são convertidas em dados, implicando transformações cognitivas e valorativas na forma como os indivíduos percebem e organizam o mundo social (Mejias e Couldry, 2025).

Nas Relações Públicas, a demanda vem da reflexão e revisão de pressupostos clássicos acerca da gestão da reputação, do relacionamento e do posicionamento institucional. Se, anteriormente, a visibilidade era construída predominantemente por mediações jornalísticas e interações interpessoais, no ecossistema datafocado ela passa a ser parcialmente condicionada por sistemas automatizados que organizam hierarquias de exposição, relevância e circulação simbólica. Assim, reputação e legitimidade tornam-se também efeitos de arquiteturas algorítmicas, inserindo-se, então, a comunicação organizacional estratégica, que deixa de atuar apenas em circuitos institucionais tradicionais e passa a se estruturar em ecossistemas sociotécnicos mediados por algoritmos, métricas e infraestruturas digitais. Kunsch

(2013) enfatiza que essa comunicação exige planejamento integrado, visão sistêmica e alinhamento entre identidade, imagem e cultura organizacional. Na era digital, entretanto, tal planejamento passa a demandar, adicionalmente, uma competência analítica voltada à compreensão crítica dos dispositivos algorítmicos, das dinâmicas de visibilidade nas plataformas e da economia da atenção que estrutura os ambientes digitais.

Nesse cenário, a transformação digital não apenas amplia os canais e fluxos comunicacionais, mas também reconfigura os próprios processos de interação organizacional, que passam a ocorrer em ambientes altamente mediados por tecnologias digitais, caracterizados pela instantaneidade, mobilidade e multiplicidade de vozes. Além disso, tais mediações incorporam atores não humanos, como plataformas e sistemas automatizados, que participam ativamente da produção, circulação e mediação das mensagens, complexificando os processos comunicacionais e exigindo novas formas de gestão e interpretação estratégica (Fukushima e Sampaio, 2024).

É neste contexto que emergem novas camadas de complexidade, especialmente com a incorporação de sistemas de inteligência artificial, exigindo das organizações não apenas adaptação tecnológica, mas o desenvolvimento da competência digital capaz de sustentar uma atuação crítica e estratégica nesse ecossistema ampliado, como será delineado a seguir.

## **2. Inteligência Artificial (IA) e Competência Digital (CODig)**

De modo geral, a Inteligência Artificial (IA) pode ser compreendida como o campo de estudo e desenvolvimento de sistemas capazes de executar tarefas que, tradicionalmente, exigiriam inteligência humana. Para Russel e Norving (2021, p.22), a IA refere-se à construção de agentes inteligentes (chamados por eles de “racionais”) que percebem o ambiente por meio de sensores, processam informações e atuam de forma racional com o objetivo de maximizar determinados resultados. No contexto das organizações, a IA deixa de ser apenas uma ferramenta técnica e passa a integrar processos decisórios, estratégias comunicacionais e mecanismos de gestão da

reputação. Considera-se, no entanto, que a IA atua sobre os dados produzidos no ecossistema datafocado, potencializando a capacidade de análise, previsão e personalização das interações. Porém, essa ampliação tecnológica também desloca o foco das organizações para a necessidade de desenvolver competências que permitam compreender, utilizar e avaliar criticamente.

Calvani, Cartelli, Fini e Ranieri (2009, *apud* Silva; Behar, 2019) definem Competência Digital (CODig) como a capacidade de enfrentar situações tecnológicas de forma flexível, analisar e avaliar criticamente dados e informações, utilizar o potencial tecnológico para resolver problemas e construir conhecimento colaborativo, além de reconhecer responsabilidades éticas e sociais. O DigCompEdu, publicado pela *European Commission* (2017), reitera essa abordagem considerando a CODig como a capacidade de utilizar tecnologias digitais para aprimorar práticas profissionais e interações no ambiente educacional.

Desse modo, a incorporação da IA nas organizações vai além da automação de processos, implicando em reconfiguração das práticas comunicacionais, na medida em que sistemas algorítmicos passam a mediar interações, produzir conteúdo e influenciar a construção de sentidos e percepções dos públicos. Isso amplia as possibilidades de personalização e eficiência, tensionando dimensões éticas, simbólicas e relacionais da comunicação, exigindo das organizações uma atuação pautada pela transparência, responsabilidade e criticidade no uso dessas tecnologias (Malvezzi e Marques, 2025). Ainda, a CODig deixa de ser apenas um conjunto de habilidades técnicas e passa a constituir um repertório estratégico essencial para a atuação crítica, ética e eficaz em ambientes mediados por algoritmos. Portanto, compreender a articulação entre IA e CODig é fundamental para analisar os desafios contemporâneos da comunicação organizacional estratégica.

### **3. Considerações finais**

A partir do exposto e da análise da literatura abordada, evidencia-se que a comunicação organizacional, no contexto contemporâneo, não deve ser compreendida apenas a partir de modelos tradicionais de gestão simbólica e

relacional. A centralidade da dataficação reorganiza a produção de sentido em torno de métricas, indicadores e arquiteturas algorítmicas, enquanto a incorporação da IA intensifica processos de automatização e mediação técnica das interações. Diante desse panorama, a CODig assume caráter estratégico, configurando-se como condição fundamental para a atuação crítica, ética e eficaz das organizações. o que permite considerar que a articulação entre dataficação, IA e a CODig revela-se eixo central para a análise dos desafios contemporâneos da comunicação organizacional e atuação estratégica das Relações Públicas, apontando para a necessidade de formação contínua e desenvolvimento de repertórios que sustentem práticas críticas e responsáveis em ambientes digitais ampliados.

## Referências

- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.
- FUKUSHIMA, Allana Aiko; SAMPAIO, Larissa Camerlengo Dias Gomes. A comunicação organizacional na era da transformação digital. *Revista Gestão e Conhecimento*, v. 18, n. 2, p. 1–24, 2024.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 5. ed. São Paulo: Summus, 2013.
- LEMONS, André. *A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital*. Porto Alegre: Sulina, 2021.
- MALVEZZI, Ana Maria; MARQUES, Carlos Alberto Ferreira. A inteligência artificial e estratégias de comunicação organizacional: uma análise exploratória. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 48., 2025. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/23/07042025161716686828bc05107.pdf>. Acesso em: 6 abr. 2026.
- MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. *Big data: a revolution that will transform how we live, work, and think*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2013.
- MEJIAS, Ulisses Ali; COULDRY, Nick. Dataficação. *E-Compós*, [S. l.], v. 28, 2025. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.3222>. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/3222>. Acesso em: 6 abr. 2026.
- REDECKER, Christine; PUNIE, Yves (ed.). *European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. Disponível em: <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcompedu>. Acesso em: 3 mar. 2026.
- RUSSELL, Stuart; NORVIG, Peter. *Artificial intelligence: a modern approach*. 4. ed. Harlow: Pearson, 2021. Disponível em:

[https://lib.ysu.am/disciplines\\_bk/efdd4d1d4c2087fe1cbe03d9ced67f34.pdf](https://lib.ysu.am/disciplines_bk/efdd4d1d4c2087fe1cbe03d9ced67f34.pdf). Acesso em: 3 mar. 2026.

SILVA, Kátia Kellen Araújo da; BEHAR, Patrícia Alejandra. Competências digitais na educação: uma discussão acerca do conceito. *Educação em Revista*, Belo Horizonte, v. 35, p. 1–28, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edur/a/wPS3NwLTxtKgZBmpQyNfdVg/>. Acesso em: 3 mar. 2026.