Revista Novos Rumos Sociológicos | vol. 14 n. 25 | Jan/Jul/2026
Artigo recebido em 01-05-2025 | Aprovado em 20-03-2026
ISSN: 2318-1966

ARTIGO

A CULPA É DO CHATGPT! UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DE PROFESSORES DE UM CURSO DE ADMINISTRAÇÃO SOBRE O USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

It's ChatGPT's fault! A study on the perception of professors in a Business Administration school regarding the use of artificial intelligence

Giulia Osana Vally Macedo[1]

Errol Fernando Zepka Pereira Junior[2]

Samuel Vinicius Bonato[3]

Resumo

Tendo em vista as potencialidades e nocividades da ferramenta ChatGPT para a atuação do profissional de Administração e considerando que estes profissionais serão formados por professores e suas percepções, este estudo examina como os professores de administração da Universidade Federal do Rio Grande (FURG) percebem o ChatGPT. A pesquisa, realizada nos *campi* Carreiros e Santo Antônio da Patrulha, utilizou uma abordagem qualitativa por meio de um estudo de caso. Foram realizadas entrevistas em profundidade com oito professores das áreas de *Marketing*, Finanças, Estratégia, Logística, Gestão de Pessoas, Projetos e Empreendedorismo. O grupo entrevistado possui alta qualificação, sendo composto por 6 doutores e 2 mestres, com experiência na docência que varia de 3 a 32 anos. Apesar de ser uma tecnologia recente, todos os entrevistados já tinham algum conhecimento sobre o ChatGPT. Contudo, alguns não tiveram contato direto devido à falta de familiaridade com sua utilização. Os professores concordam que a tecnologia está alterando suas rotinas pessoais e profissionais. O estudo ressalta a importância da conscientização sobre as limitações éticas do ChatGPT e propõe reflexões sobre seu impacto na prática acadêmica e no mercado de trabalho. Este artigo contribui para o entendimento da percepção dos docentes em relação ao ChatGPT, oferecendo *insights* valiosos para pesquisas futuras e orientando uma utilização ética da inteligência artificial dentro do mercado de trabalho.

Palavras-chave: Inteligência artificial; ChatGPT; Tomada de decisão; Negócios; Sociologia digital.

Abstract

Considering the potential and drawbacks of the ChatGPT tool on the professional performance of business administration professionals and considering that these professionals will be trained by teachers and their perceptions, this study examines how the Business Administration professors at the Federal

[1] Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Orcid: https://orcid.org/0009-0002-3485-2562. E-mail: giulia-vally98@gmail.com.
[2] Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS). Orcid: https://orcid.org/0000-0002-4203-0801. E-mail: fernando.zepka@rolante.ifrs.edu.br.
[3] Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Orcid: https://orcid.org/0000-0002-2486-4909. E-mail: svbonato@gmail.com.

University of Rio Grande (FURG) perceive ChatGPT. The research, conducted at the Carreiros and Santo Antônio da Patrulha campuses, used a qualitative approach through a case study. In-depth interviews were conducted with 8 professors from the fields of Marketing, Finance, Strategy, Logistics, People Management, Projects, and Entrepreneurship. The group interviewed is highly qualified, consisting of 6 PhDs and 2 Masters, with teaching experience ranging from 3 to 32 years. Despite being a recent technology, all interviewees already had some knowledge about ChatGPT. However, some had not had direct contact due to a lack of familiarity with its use. The professors agree that this technology is altering their personal and professional routines. The study emphasizes the importance of raising awareness about the ethical limitations of ChatGPT and proposes reflections on its impact on academic practice and the job market. This article contributes to understanding the perception of teachers regarding ChatGPT, offering valuable insights for future research and guiding ethical use of artificial intelligence within the job market.

Keywords: Artificial Intelligence; ChatGPT; Decision-Making; Business; Digital Sociology.

Introdução

A inteligência artificial (IA) está sendo cada vez mais usada na área da administração, transformando a forma como as organizações trabalham e tomam as decisões. A utilidade da IA na administração proporciona uma melhora na eficiência e agilidade em diversos processos e atividades administrativas e gerenciais. Dentre as ferramentas de IA mais usadas atualmente está o ChatGPT. Trata-se de um modelo de linguagem baseado em inteligência artificial que tem capacidade de compreender e gerar respostas em linguagem natural. Na administração, pode ser usado para fornecer informações, orientações e até mesmo automatizar processos. Além disso, por ser uma ferramenta que está disponível 24 horas por dia, fornece maior disponibilidade de atendimento à organização e ao cliente (Moretto, 2023).

Há potencialidades para o uso do ChatGPT na administração, como: atendimento ao cliente, produção de conteúdo, análises financeiras, simulações, análise de concorrentes, análise de mercado, otimização, realização de treinamentos, *feedbacks*, planejamento, comunicação e automação de atividades rotineiras no geral. Essas potencialidades oferecem comodidade, redução de custos, integração e redução da demanda, dentre outras vantagens (Maura, 2023).

Todavia, o uso da ferramenta na administração também apresenta nocividades, como a necessidade de análises precisas sobre a atividade exercida, uma vez que a ferramenta não possui compromisso com a verdade, não compreende situações emocionais, exige atenção com questões como

compartilhamento de dados, manipulação, dependência, restrições no conhecimento, instabilidade do sistema, potencialização desemprego, além de dilemas éticos relacionados ao seu uso. Dessa forma, as principais nocividades estão ligadas diretamente à ética, visto que a ferramenta necessita de supervisão para desempenhar as funções (Dwivedi *et al.*, 2023).

Dwivedi *et al.* (2023) realizaram uma pesquisa sobre a Inteligência Artificial Conversacional Generativa (Generative Conversational AI), apresentando uma visão multidisciplinar referente às hipóteses, desafios e encadeamentos que envolvem o uso do ChatGPT. O estudo é segmentado em cinco categorias individuais, são estas: perspectivas amplas sobre IA generativa; impactos organizacionais e sociais; impacto no setor acadêmico; problemas éticos e desafios; oportunidades e direções de pesquisa. As cinco categorias estão divididas em diversas áreas, incluindo sistemas de informação, ciência da computação, ciência de dados, *marketing*, administração, engenharia industrial, enfermagem, educação, política, hotelaria e turismo e publicação. Após diversas colocações, os autores concluem que a IA tem a capacidade de estimular consideravelmente a produtividade em diversos ambientes, porém, o uso desses instrumentos também traz consigo muitos desafios práticos, éticos, morais e políticos.

Diante do exposto, o impacto do ChatGPT pode ser observado através da atuação dos administradores. Quem forma os administradores são os professores de um curso de administração. Ainda há uma lacuna para trabalhos que analisam a percepção de professores de administração sobre as potencialidades e nocividades do uso do *ChatGPT* na administração. Este estudo levanta diversas questões significativas que necessitam ser abordadas para melhorar as rotinas administrativas. O objetivo geral analisar a percepção dos docentes do curso de administração da Universidade Federal do Rio Grande (FURG) sobre o uso da inteligência artificial ChatGPT dentro das diversas áreas da administração.

2. Embasamento teórico

2. 1. Uso da inteligência artificial na administração

A IA está cada vez mais presente na administração, oferecendo uma série de benefícios e oportunidades para melhorar a eficiência e a tomada de decisões nas organizações. A IA tem impulsionado cada vez mais o sucesso das empresas para lidar com a complexidade dos processos administrativos com o uso da tecnologia e o constante desenvolvimento de algoritmos sofisticados. Com a evolução das empresas, estas estão adquirindo e utilizando a inteligência artificial como uma estratégia para melhorar seus processos, desde análises de dados até automação, melhorando a eficiência operacional, impulsionando inovação e promovendo melhores resultados na organização. Dessa forma, usando da interação entre humanos e máquinas para obter melhores resultados (Pereira, 2021).

Uma das principais aplicações da IA na administração é através de sistemas automação como o ChatGPT. Por meio de algoritmos, é possível automatizar processos, liberando os colaboradores para se concentrarem em atividades mais estratégicas e criativas, aumentando a eficiência e produtividade da equipe. Dessa forma, o uso de IAs como o ChatGPT tem o potencial de trazer diversos benefícios e facilidades para a administração, porém é necessário entender as limitações da ferramenta e aproveitar com prudência as benfeitorias oferecidas (Dwivedi *et al.*, 2023).

2. 2. ChatGPT

Como explica Landim (2023), o ChatGPT é uma inteligência artificial criada pela OpenAI que faz uso da arquitetura GPT (Generative Pre-trained Transformer) para fornecer respostas a partir de perguntas e declarações de usuários com uma linguagem natural. A ferramenta consegue compreender e responder perguntas sobre diversos temas, pois possui um grande banco de dados de linguagem natural, o que permite que as respostas sejam cada vez mais coerentes e significativas ao usuário. A IA utiliza a fusão de treinamentos e ajustes finos para elaborar respostas que se assemelham às de um especialista humano (Dwivedi *et al.*, 2023).

Anteriormente, os *chatbots* e assistentes virtuais precisavam usar regras pré-definidas para entender e responder seus usuários. Com isso, surgiu a necessidade de uma ferramenta mais tecnológica, que possuísse um sistema de diálogo mais natural e avançado: o ChatGPT foi criado para suprir essa demanda. Ele foi elaborado com o propósito de responder questionamentos e solucionar problemas usando a interação da comunicação intuitiva e interativa. Segundo Viswanath (*apud* Dweividi, 2023), a expectativa é que, com a inserção da IA na vida e na existência humana, várias áreas sejam modificadas de alguma forma.

A inteligência artificial foi criada em São Francisco, Califórnia, nos Estados Unidos, onde fica a sede da OpenAI. A instituição possui grandes empresários e pesquisadores como fundadores, incluindo Elon Musk e Sam Altman. Desde sua criação em 2015, a OpenAI tem como objetivo promover pesquisas de ponta em inteligência artificial, sendo considerada uma das líderes no mundo sobre o tema. A organização possui vários projetos sobre a segurança e ética no uso de IA, incluindo o desenvolvimento de um código de conduta para criadores. Segundo Dwivedi *et al.* (2023), com os diversos problemas envolvendo a ferramenta ChatGPT, é de extrema necessidade que haja revisões éticas e uma triagem para riscos como plágio, discriminação e preconceitos.

O ChatGPT foi lançado em 2020, compondo parte da plataforma de inteligência artificial GPT-3, um modelo de processamento de linguagem natural. Porém a primeira versão da ferramenta foi criada em 2018, com objetivo de criar textos de notícias ou roteiros. Desde então, a OpenAI vem lançando diversas versões e atualizando a ferramenta. Atualmente, a ferramenta possui recursos de personalização, onde é possível ajustar a personalidade e o estilo de conversação com o usuário.

Com o lançamento do ChatGPT, diversos acadêmicos e estudantes experimentaram a nova ferramenta e notaram seu alto nível de precisão; contudo, também ocorreram dúvidas sobre a confiabilidade dos textos e dados elaborados (Dwivedi *et al.*, 2023).

O conceito original do GPT foi modificado pelos programadores da OpenAI para produzir o ChatGPT, que permite a interação com o usuário em tempo real. Para implementar o ChatGPT, era necessária uma interface simples, permitindo que os usuários fizessem perguntas ou comentários e recebessem as respostas geradas pelo modelo automaticamente. Para tornar as interações do usuário mais integradas e orgânicas, a equipe de desenvolvimento da OpenAI melhorou significativamente a capacidade do modelo de compreender e responder a questões de linguagem natural. Para Dweividi *et al.* (2023), a ferramenta pode ser considerada uma nova forma de pesquisa simplificada para acessar informações e adquirir conhecimento de maneira rápida, auxiliando na produtividade do usuário.

2. 3. Potencialidades e nocividades atreladas ao ChatGPT

O uso de tecnologias baseadas em inteligência artificial na área da administração tem se mostrado cada vez mais expressivo, e o ChatGPT apresenta-se como uma ferramenta potencialmente útil. Contudo, é necessário compreender tanto as potencialidades quanto as nocividades associadas a esse modelo para garantir um uso adequado e maximizar os benefícios no campo da administração.

2. 3. 1. Marketing

O *marketing*, segundo Kotler e Keller (2013), envolve processos e ações voltados à criação de valor e trocas benéficas entre organização, clientes e sociedade, visando relações lucrativas. Nesse contexto, o ChatGPT se destaca no *marketing* ao melhorar o atendimento ao cliente, tornando-o mais eficiente e reduzindo custos. A ferramenta também analisa o comportamento do consumidor e personaliza experiências com base em dados (Dwivedi *et al.*, 2023). Além disso, a IA pode gerar conteúdos diversos, corrigir textos e identificar dúvidas frequentes dos clientes, ajudando empresas a produzir informações mais claras e relevantes.

Todavia, o uso da ferramenta também pode apresentar alguns problemas. O profissional do *marketing* terá que realizar análises precisas, visto que o ChatGPT não possui compromisso com a verdade, podendo

proliferar informações falsas e uma visão desigual e preconceituosa. Mesmo que a instrução para a ferramenta contenha ideias empáticas, a IA não consegue compreender situações emocionais, podendo gerar campanhas tendenciosas e discriminatórias. Assim, se não houver uma consulta precisa, este erro pode levar à degradação do valor de uma marca (Dwivedi *et al.*, 2023). Além disso, o ChatGPT pode ser usado de forma errada, fornecendo respostas enganosas, manipulando informações ou tentativas de explorar os clientes. Outro ponto importante são as barreiras existentes na compreensão de contexto cultural e regional, podendo dificultar a compreensão do público-alvo. É de suma importância ter uma análise ética, entender as limitações do modelo e garantir que a interação com os clientes seja satisfatória e personalizada (Dwivedi *et al.*, 2023).

2. 3. 2. Administração financeira e investimentos

O conceito de administração financeira pode ser definido como: "maximizar a riqueza dos acionistas por meio da gestão eficiente dos recursos financeiros da empresa, envolvendo planejamento, análise e controle das atividades, visando o crescimento sustentável e geração de valor" (Cherobim; Rigo; Lemes, 2016, p. 2). O ChatGPT funciona como um ótimo *chatbot* para questões do cotidiano, tirando dúvidas de clientes de forma simples e prática. A ferramenta pode auxiliar na escolha do melhor fundo de investimentos e da melhor época para realizar a transação, tirando todas as dúvidas necessárias e, dessa forma, realizando uma demanda que seria mais repetitiva, deixando os funcionários livres para realizarem outras atividades (Dwivedi *et al.*, 2023).

A IA pode auxiliar na identificação de tendências e apoiar a tomada de decisão ao analisar dados financeiros, como relatórios e demonstrações. Também pode ser integrada a sistemas para automatizar tarefas rotineiras, como pagamentos, conciliações e geração de relatórios (Dwivedi *et al.*, 2023). Por outro lado, há riscos relacionados ao compartilhamento de dados com terceiros e à confiabilidade das informações geradas, exigindo que os dados sejam sempre verificados em fontes seguras e atualizadas.

Outro fator relevante é o risco de manipulação, visto que a ferramenta pode ser treinada com diferentes dados retirados da internet, podendo resultar em estratégias de investimento questionáveis. Ao usar a IA para indicação na área financeira e de investimentos, é importante considerar a responsabilidade e os riscos envolvidos. O uso do ChatGPT não substitui a orientação de profissionais qualificados; pelo contrário, para realizar serviços mais específicos com análise fundamental ou técnica, o ser humano ainda é o mais capacitado (Dwivedi *et al.*, 2023).

2. 3. 3. Estratégia

O conceito de estratégia, segundo Thompson, Strickland e Gamble (2008, p. 34), é o modo com que a gerência conduzirá as abordagens administrativas para alcançar os objetivos propostos, como crescimento do negócio e satisfação dos clientes, alcançando um bom desempenho organizacional. A estratégia a partir de cinco forças, considerada historicamente como uma das mais influentes visões nos estudos de estratégia competitiva no âmbito organizacional, identifica as cinco principais e mais comuns ameaças organizacionais enfrentadas no ambiente entre corporações, tendendo a avaliar a atividade industrial produtiva baseando-se na ameaça de novos entrantes e de produtos substitutos, no poder de barganha de fornecedores e clientes e na rivalidade estabelecida entre os concorrentes (Galvão *et al.*, 2025).

A partir deste ponto de vista, a inteligência artificial auxilia a fazer diversas simulações, permitindo que hipóteses sejam testadas, facilitando a identificação de possíveis riscos e oportunidades, contribuindo com os prós e contras de cada opção. Com isso, a ferramenta fornece dados que contribuem para que a tomada de decisão seja feita de maneira estratégica e assertiva. O ChatGPT, poderá ajudar as pessoas a serem mais produtivas e criativas, melhorando a gestão do conhecimento organizacional com o uso de análises automatizadas, obtendo informações e, assim, simplificando o trabalho do colaborador (Dwivedi *et al.*, 2023).

A principal nocividade que ocorre em relação à estratégia é sobre a dependência que o sistema pode causar e a falta de veracidade das

informações, precisando que tenha uma supervisão para toda e qualquer resposta que a ferramenta faça. Com o aumento do uso do ChatGPT em atividades de planejamento e estratégia, haverá maior cobrança e responsabilidade quando a ferramenta cometer algum erro, visto que há a necessidade de conferência humana constante (Dwivedi *et al.*, 2023). Ainda que o *ChatGPT* possua utilidades benéficas para a área estratégica de uma organização, segundo Ramos (2023), existem limitações que precisam ser consideradas antes da implementação, como as restrições ao conhecimento, já que a ferramenta tem uma base de dados disponível até setembro de 2021. Dessa forma, pode ocorrer uma falta de contexto e compreensão, gerando respostas genéricas, podendo não considerar variáveis importantes em determinada função.

2. 3. 4. Logística

O conceito de logística diz respeito a facilitar o fluxo e armazenagem de produtos nos serviços de distribuição aos clientes, utilizando a administração como ferramenta para obter um melhor nível de rentabilidade, através de organização, planejamento e controle efetivo do produto (Ballou, 2014, p. 1). Para Machado, Pereira Junior e Bonato (2023), a logística empresarial envolve as atividades de movimentação, armazenagem e fluxo de informações que garantem a chegada dos produtos desde a origem até o consumidor final, buscando níveis adequados de serviço a custos razoáveis.

Levando em consideração esses aspectos, a ferramenta pode auxiliar a logística de diversas formas, como na otimização de rotas de entrega, na análise de dados de tráfego em tempo real, na consideração das condições climáticas e das limitações de entrega, fazendo com que haja redução no tempo de entrega e minimizando os custos de transporte. Outra função importante e já mencionada é o atendimento automatizado ao cliente, que pode reduzir consideravelmente a demanda e aumentar a eficiência do suporte, respondendo questões comuns sobre serviços, produtos e entregas. Segundo Dwivedi *et al.* (2023), com o aumento do uso da IA, será cada vez

mais comum a existência de equipes híbridas, ou seja, equipes formadas por seres humanos e inteligência artificial.

O ChatGPT pode ser treinado para analisar dados de estoque e realizar uma previsão de quando os produtos precisam ser reabastecidos, realizando Planejamento de Necessidades de Materiais, garantindo que sempre haja estoque para atender às demandas, evitando atrasos na entrega. Dessa forma, a ferramenta também pode ser treinada com o histórico de vendas para prever a demanda futura e garantir que a organização tenha como efetuar o serviço solicitado. A plataforma tem sido vista como transformadora, já que tem a capacidade de ser treinada para realizar funções que facilitam a vida do usuário das organizações (Dwivedi *et al.*, 2023). Por outro lado, as empresas podem se tornar dependentes das ferramentas que a IA disponibiliza, ficando sujeitas a grandes problemas quando o sistema falhar ou ficar indisponível. Além disso, quando o sistema é usado, o aprendizado humano que aconteceria se estivesse realizando determinada atividade acaba sendo inviabilizado, limitando o desenvolvimento pessoal do funcionário (Dwivedi *et al.*, 2023).

Outro ponto a ser considerado é que, como a logística é uma área complexa, a ferramenta pode cometer erros que implicam em diversos problemas para a organização. Por esse motivo, é de extrema importância que algum colaborador esteja atento às funções exercidas pela ferramenta. A melhor forma de usar o ChatGPT é com o uso de equipes híbridas, que combinam o conhecimento humano com as capacidades do modelo, podendo levar a uma melhor aplicação dos conceitos logísticos (Dwivedi *et al.*, 2023).

2. 3. 5. Gestão de Pessoas

A gestão de pessoas se dá pela organização e harmonia dos objetivos e expectativas das empresas e das pessoas, para que estas possam realizar seus deveres e atividades de forma efetiva. Para que essa finalidade seja alcançada, são utilizadas políticas e normas que facilitam o processo (Dutra, 2016). A IA pode ser usada para automatizar a seleção de candidatos para uma vaga, realizando a primeira triagem, verificando quais se enquadram melhor na vaga fornecida, ajudando a diminuir o tempo e esforço para encontrar o melhor candidato. Outra possibilidade é o uso da ferramenta para treinamento e

desenvolvimento dentro das empresas, fornecendo ajuda continuamente e dando *feedback* constante sobre o desempenho do funcionário. Como o ChatGPT possui um grande banco de dados de linguagem natural, com certo treinamento, os *feedbacks* serão cada vez mais precisos, aprofundados e atualizados (Dwivedi *et al.*, 2023).

É importante destacar que o ChatGPT também tem capacidade de ser treinado para realizar a automação do processo de gestão de férias dos colaboradores, reduzindo a carga administrativa das equipes de recursos humanos. A ferramenta também pode ser usada para enviar pesquisas de satisfação para os funcionários, ajudando a identificar a insatisfação destes e, assim, ajustar os pontos negativos e elevar os pontos positivos, melhorando o clima organizacional dentro da empresa. Dessa forma, com funções mais práticas sendo automatizadas, os colaboradores passam a ter mais tempo para tarefas analíticas e/ou criativas, que necessitam de maior foco e concentração (Dwivedi *et al.*, 2023).

Como no caso do *marketing*, nesta área, o funcionário também precisará realizar constantes análises para verificar se a ferramenta realizou o trabalho efetivamente. Outro ponto é o compartilhamento de dados com a ferramenta, visto que a OpenAI não se compromete com a proteção dos dados de terceiros. Atualmente, há advertências contra o uso de empresas que fornecem *software* de IA generativo disponível gratuitamente, como o ChatGPT, para compartilhamento de informações confidenciais (Dwivedi *et al.*, 2023).

É importante, também, discutir a respeito do desemprego causado pela ferramenta, visto que, com a automatização de diversas tarefas, as empresas podem demitir seus funcionários e usar somente o ChatGPT para produção de tarefas. A empresa Buzzfeed reduziu em 12% seu quadro de funcionários e usou a inteligência artificial para suprir a demanda de produção de conteúdo para o *site* (Coutinho, 2023).

2. 3. 6. Gestão de projetos

Segundo o Project Management Institute (2017), o conceito de projeto refere-se a um esforço temporário que possui data para iniciar e terminar o desenvolvimento de um determinado produto ou serviço, ou a entrega de um resultado. Seguindo este pensamento, o ChatGPT pode ser usado como uma ótima ferramenta no planejamento e na programação de projetos, fornecendo etapas, estimando prazos e elaborando um cronograma detalhado. Para que um projeto seja considerado finalizado ou concluído de modo definitivo, ele necessita ter concluído tudo aquilo que foi apresentado em seu escopo, realizando os processos exigidos para garantir a definição e o cumprimento dos prazos pré-estabelecidos (Bastos; Pereira Junior; Pereira, 2025; Fonseca; Pereira Junior; Pereira, 2025).

Uma vez que o projeto esteja sendo realizado, a ferramenta pode ser treinada para otimizar o gerenciamento de recursos, identificando gargalos e trazendo melhorias para maximizar a eficiência. Outra função importante é a comunicação: quando a ferramenta é integrada com outros sistemas, pode facilitar a interação entre membros da equipe do projeto, compartilhando informações e esclarecendo dúvidas, auxiliando na tomada de decisão. Dando continuidade a essa proposta, surge novamente a existência de trabalho híbrido entre ser humano e IA, mostrando que esse método pode ser considerado como uma possível nova forma de trabalho (Dwivedi *et al.*, 2023).

Apesar de todos os benefícios, ainda há a necessidade de um ser humano para verificar todo o desenvolvimento e principalmente o resultado das tarefas, para que não sejam cometidos erros e a empresa seja penalizada. Outro problema que pode ocorrer é a dependência da ferramenta. Apesar de otimizar as tarefas repetitivas do cotidiano, é de extrema importância que as pessoas saibam realizar estes processos se a ferramenta falhar por algum motivo. As pessoas precisam ter a consciência de que a ferramenta é extremamente útil, mas os processos não podem ser deixados de lado por esse motivo, a supervisão é extremamente importante (Dwivedi *et al.*, 2023).

2. 3. 7. Empreendedorismo

Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo se dá pela colaboração de indivíduos e procedimentos que, quando combinados, resultam na transformação de ideias em oportunidades, e a execução eficaz dessas oportunidades totaliza na formação de empreendimentos bem-sucedidos. Pereira Junior e Pereira (2023) descrevem o conceito de empreendedorismo como o mecanismo por meio do qual a sociedade transformaria informações técnicas em produtos e serviços, deslocando o foco para o empreendedor como aquele que conseguiria identificar uma oportunidade, inovar, quebrar a ordem existente até então e criar um mercado. A partir daí, em uma visão econômica, o empreendedor se torna aquele que destrói a ordem econômica existente por meio da introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Desse modo, o uso da ferramenta pode fornecer a área de empreendedorismo grandes benefícios, incluindo alguns listados anteriormente, como atendimento ao cliente com o uso de *chatbots*, realizando toda parte de contato com o cliente, seja vendendo um produto ou explicando um serviço, e oferecendo suporte ininterrupto, ou seja, sete dias por semana e 24h por dia. Além disso, a AI pode auxiliar no envolvimento entre as empresas e os clientes em potencial através de postagens feitas em plataformas digitais e redes sociais (Ausat *et al.* 2023).

Outro ponto a ser citado é o potencial do ChatGPT na comunicação interna dentro das organizações, auxiliando os funcionários a adquirirem informações essenciais para realização de tarefas administrativas, deixando-os focados em tarefas analíticas que necessitem do entendimento humano. Segundo Ausat *et al.,* (2023) as empresas podem se tornar cada vez mais competitivas na era digital com a integração da inteligência artificial, conhecimento e a experiência humana, tendo melhoras significativas quando se trata de eficiência operacional.

Por outro lado, apesar dos benefícios, a ferramenta necessita de supervisão para exercer inúmeras demandas e para que sejam alcançados dados ideais. Outra questão relevante é a veracidade das informações que são

fornecidas, podendo ferir a ética e as pessoas. Dessa forma, torna-se necessária a implementação de um programa de melhoria contínua, envolvendo *feedback* de clientes e funcionários (Ausat *et al.*, 2023).

3. Método

Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva tem o objetivo de abordar as opiniões, atitudes e crenças de uma comunidade. Esta pesquisa está classificada como descritiva, pois visa explorar qual a compreensão dos professores com relação às potencialidades e nocividades do ChatGPT para a área da administração. Quanto à abordagem, este estudo adotou uma abordagem qualitativa, pois tem o objetivo de compreender e explorar as percepções e experiências dos participantes em relação ao tema. Para Gil (2008), o mundo é criado pela consciência humana, logo, as pessoas são de extrema importância para a construção do conhecimento.

Quanto ao método, foi utilizada a estratégia de estudo de caso, visto que essa é a melhor possibilidade quando se busca o entendimento profundo sobre um fenômeno em seu contexto real, explorando suas características e interações. De acordo com Yin (2010), a escolha pelos estudos de caso se dá pela aspiração de compreender com profundidade eventos sociais complexos. Esta pesquisa é um estudo de caso, pois analisou um caso único dos professores da Universidade Federal do Rio Grande (FURG).

Quanto à técnica de coleta de dados, foi escolhida a entrevista em profundidade, sendo um método qualitativo que visa obter informações detalhadas e aprofundadas sobre a percepção e opinião dos participantes. De acordo com Hair Junior *et al.* (2005), essa ferramenta proporciona uma discussão aprofundada, focando em uma pessoa de cada vez e com longa duração. As entrevistas em profundidade foram feitas com os professores da FURG entre os dias 18 de outubro e 15 de novembro de 2023, de forma *online*, através da plataforma Google Meet. Os dados foram gravados com a permissão dos professores no próprio navegador da ferramenta, a fim de possibilitar a transcrição e melhora da análise de dados. A pesquisadora realizou as entrevistas diretamente da FURG, e os entrevistados tiveram liberdade para

escolher o local em que estavam durante a entrevista. As entrevistas tiveram duração média de 17 minutos.

Foram convidados todos os professores das áreas de Empreendedorismo, Estratégia, Finanças, Gestão de Pessoas, Logística, Projetos e *Marketing* dos *campi* Carreiros e Santo Antônio da Patrulha; todavia foram entrevistados apenas aqueles que aceitaram e tiveram disponibilidade. Quanto ao instrumento, foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado com perguntas previamente definidas, com intuito de conduzir a pesquisadora durante as entrevistas e realizar uma discussão mais aprofundada. Segundo Gil (2008), a entrevista é a técnica mais flexível de coleta de dados, pois, além de dados, podem surgir objetivos voltados para diagnóstico e orientação.

Foram elencados todos os professores que dão aula no curso de administração organizados por área de conhecimento e disciplinas que ministram, por meio de conversas com a coordenação de curso. A partir disso, entrou-se em contato com os professores através dos *e-mails* e contatos telefônicos divulgados na página do curso. Após este processo, foi escolhido um professor para cada uma das áreas. Os entrevistados (ENT1–ENT8) atuam nas áreas de Empreendedorismo, Estratégia, Finanças, Gestão de Pessoas, Logística/Projetos e *Marketing*. Todos possuem graduação em Administração ou áreas afins, com predominância de mestrado e doutorado. O tempo de docência varia de 3 a 32 anos, indicando diversidade de experiência acadêmica.

Quanto à técnica de análise interpretativa, a pesquisa usou de indicadores resultantes da coleta de dados que permitiram explorar e compreender os padrões presentes nos dados. Para Severino (2007, p. 59), o objetivo da análise interpretativa é compreender e interpretar a realidade estudada através das mensagens fornecidas ao pesquisador.

4. Objeto da pesquisa: O corpo docente do curso de bacharelado em Administração da FURG

A Universidade Federal do Rio Grande (FURG) é uma instituição de ensino superior pública, localizada na cidade de Rio Grande, no estado do Rio Grande do Sul, Brasil. A FURG foi fundada oficialmente na década de 1950 e,

desde 1987, assume a importante função de se dedicar a fortalecer o estudo sobre os ecossistemas costeiros e oceânicos. Atualmente, a universidade conta com estrutura *multicampi*, atuando em Santo Antônio da Patrulha, São Lourenço do Sul, Santa Vitória do Palmar e Rio Grande (FURG, 2023). Como apresenta Alves (2004), o curso de Administração da FURG foi criado em 1970 como parte do processo de expansão e diversificação dos cursos fornecidos pela instituição. A decisão de criar o curso surgiu da necessidade de formar profissionais capacitados para atuar no campo da administração, tanto em empresas públicas quanto privadas. O curso de administração na FURG oferece formação tanto na modalidade presencial quanto na modalidade à distância. O currículo do curso abrange disciplinas teóricas e práticas relacionadas à gestão de empresas e ao setor público, empreendedorismo, *marketing*, gestão de pessoas, entre outras áreas.

O corpo docente do curso de Administração da FURG é composto por profissionais qualificados, que possuem diferentes níveis de titulação acadêmica. Destes, 39 possuem titulação de doutorado, dez possuem titulação de mestrado, um possui titulação de especialista e seis possuem graduação. Referente ao vínculo com a universidade, 45 são funcionários efetivos, sete são funcionários substitutos, três são visitantes e um é colaborador.

É importante ressaltar que os professores desempenham um papel crucial na formação dos futuros profissionais da área de Administração, transmitindo conhecimentos teóricos, práticos e contribuindo para o desenvolvimento de habilidades e competências necessárias no mercado de trabalho. Com relação à população a ser estudada, são todos professores da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), lotados no Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis (ICEAC), nos *campi* de Rio Grande e Santo Antônio da Patrulha.

5. Análise e discussão

5.1 Sobre o conhecimento do ChatGPT

Quando perguntados sobre o ChatGPT, todos os professores falaram que conhecem minimamente a ferramenta. Dentre estes, o ENT5 destaca que conhece a ferramenta há mais tempo e que já a utilizou para testar alternativas fornecidas em provas de concurso. O entrevistado ENT7 afirmou que conhece e que é uma boa ferramenta, se utilizada de forma adequada e inteligente. O entrevistado ENT4 comentou que já utilizou o ChatGPT como uma ferramenta operacional, resumindo artigos ao limitede palavras necessário, deixando-o livre para tarefas mais analíticas. O entrevistado ENT2 informa que conhece a ferramenta e que ela é válida, quando vinculada com análise do ser humano, acreditando que o conhecimento não pode parar no passado, sendo necessário se manter atualizado junto às tecnologias. O entrevistado ENT8 menciona que conhece a ferramenta pelo que as pessoas comentam e que existem funções simples, como tirar dúvidas sobre qualquer assunto, até aplicações mais específicas na área do ensino e pesquisa, como criação de documentos e textos, porém não utilizou a ferramenta ainda. Já os entrevistados ENT1, ENT3 e ENT6 afirmam que conhecem a ferramenta indiretamente e não fazem uso dela.

5. 2. Potencialidades do ChatGPT na compreensão dos professores

Sobre a área de *marketing*, o ENT8 acredita que a ferramenta tenha um ótimo uso no ramo do *marketing* digital para criação de conteúdos, contribuindo para produção e construção da imagem da marca, podendo também ser uma peça de comunicação, como uma ferramenta de venda. O ENT7 também julga que a ferramenta tenha grandes possibilidades na área de projetos, dando auxílio em toda criação da proposta, fornecendo informações como tempo previsto de projeto, possíveis riscos que podem ocorrer, tempos e custos das ações. O mesmo, cita que, para a área de logística, a ferramenta "[...] é como um humano fazendo *brainstorm*, só que com mais informações, [...] que dificilmente um ser humano teria acesso a

tanto conhecimento quanto o ChatGPT e poucos segundos para montar alguma coisa" (ENT7).

Essa percepção dos docentes converge com a literatura ao posicionar a ferramenta como um suporte estratégico em múltiplas frentes. No *marketing*, a visão de ENT8 sobre a criação de conteúdos e construção de marca ratifica o potencial destacado por Dwivedi *et al.* (2023) para a personalização da experiência do usuário e eficiência na produção de materiais, alinhando-se ao conceito de Kotler e Keller (2013) sobre a entrega de valor ao consumidor. Já as contribuições de ENT7 nas áreas de projetos e logística validam as funções de planejamento, cronograma e previsão de custos previstas pelo PMI (2013) e por Dwivedi *et al.* (2023). Além disso, a analogia do *brainstorm* com acesso massivo a informações dialoga com a proposta de Ballou (2014) sobre o controle efetivo e organização para obtenção de rentabilidade, reforçando que a IA atua como um braço operacional que potencializa a tomada de decisão humana.

Para ENT1, ENT2 e ENT5, professores de empreendedorismo, estratégia e gestão de pessoas, respectivamente, a IA contribui como forma de pesquisa, terceirizando atividades e criando diversas análises sobre os dados fornecidos pelo usuário. O entrevistado ENT3, professor de finanças, acredita que esta é uma área muito quantitativa, e grande parte das atividades já foram automatizadas, mesmo com o humano realizando a programação, é uma IA que realiza toda parte operacional: "O analista virou um apêndice da máquina, infelizmente" (ENT3).

Esse cenário de terceirização de atividades e análises automatizadas mencionado pelos docentes reflete as transformações estruturais previstas na literatura de gestão. No empreendedorismo e estratégia, as percepções de ENT1 e ENT2 ratificam as teses de Dornelas (2008) e Thompson *et al.* (2008) sobre o uso da tecnologia para converter ideias em oportunidades e apoiar a tomada de decisão assertiva. Na gestão de pessoas, a fala de ENT5 dialoga com Dutra (2016), sugerindo que a automação de processos libera o profissional para focar em tarefas analíticas e criativas. Por fim, a contundente observação de ENT3 em finanças, ao descrever o analista como um "apêndice da máquina", exemplifica na prática a busca pela maximização da eficiência

mencionada por Cherobim, Rigo e Lemes (2016), mas também alerta para a dependência tecnológica e a redução do papel humano em atividades estritamente operacionais e quantitativas. Dessa forma, a percepção de que a IA terceiriza atividades operacionais converge com Pereira Junior e Pereira (2023) sobre a evolução do perfil empreendedor, sugerindo que o domínio destas tecnologias de automação e análise de dados torna-se uma competência central para que o gestor deixe de ser um executor técnico e assuma o papel de estrategista na identificação de novas oportunidades.

Já os entrevistados ENT4 e ENT6, professores de finanças e gestão de pessoas respectivamente, não consideram que a ferramenta tenha potencialidades na área de atuação. Porém, ENT4 acrescenta que não conhece muito a ferramenta, desse modo não consegue opinar com propriedade. No que diz respeito à aceitação da ferramenta, a grande maioria dos entrevistados manifestam que a IA é uma realidade e não tem como evitá-la. Já o entrevistado ENT6 tem uma opinião formada sobre o tema, não acreditando que esta ferramenta tenha benefícios, mostrando-se contrário às evoluções propostas.

A resistência ou hesitação manifestada pelos entrevistados ENT4 e ENT6 em relação aos benefícios da ferramenta encontra respaldo nas discussões multidisciplinares de Dwivedi *et al.* (2023). Segundo o referencial, a introdução de IAs conversacionais traz consigo desafios morais e políticos que podem gerar ceticismo ou sentimentos de receio em profissionais mais conservadores. Além disso, a afirmação de que a tecnologia é uma realidade inevitável dialoga com a perspectiva de Viswanath (*apud* Dwivedi, 2023), que prevê a modificação de várias áreas da existência humana pela IA. O posicionamento contrário às evoluções e a falta de familiaridade mencionados reforçam a necessidade de revisões éticas e de uma triagem de riscos, conforme sugere a literatura, para que a transição para equipes híbridas de trabalho ocorra de forma consciente e fundamentada.

Assim como a teoria afirma que o ChatGPT possui a capacidade de criar conteúdo para área de *marketing*, ENT8 cita que a ferramenta pode produzir materiais relevantes para construção da imagem de uma marca.

Outro ponto a ser destacado pelas duas fontes foi a questão de tradução de artigos e textos escritos em outros idiomas, democratizando o acesso a temáticas que são escritas originalmente em outra língua. Bem como o referencial aqui citado, ENT1, ENT2 e ENT5 destacam que a ferramenta auxilia nos estudos acadêmicos, facilitando o meio de pesquisa, criando diversas análises e terceirizando atividades que antes necessitavam de um grande tempo para realização. Convergindo com estudo trazido no referencial teórico, ENT7 destaca funções como planejamento de projetos, auxiliando no fornecimento de etapas, no custo e na duração delas.

Essas convergências demonstram que a percepção dos docentes valida as funcionalidades práticas do ChatGPT descritas por Dwivedi *et al.* (2023) e Ramos (2023). A capacidade de democratizar o acesso ao conhecimento global por meio da tradução e a otimização de rotinas acadêmicas, mencionadas pelos entrevistados, ratificam a visão de que a ferramenta atua como uma forma de pesquisa simplificada que auxilia na produtividade do usuário. Além disso, ao confirmarem o potencial da IA no planejamento de projetos e na construção de imagem de marca, os relatos dos professores dão aplicabilidade empírica aos conceitos de gestão de *marketing* e de projetos previstos na literatura, consolidando a ideia de que a tecnologia, quando bem direcionada, supre demandas por processos mais intuitivos e ágeis nas diversas áreas da administração.

5. 3. Nocividades do ChatGPT na compreensão dos professores

Para a área de estratégia, ENT2 acredita que alguns dos problemas com a ferramenta é como a informação fornecida por ela será utilizada e a necessidade de interpretação humana constante. Já ENT1 expõe a questão do plágio e como isso pode ser problemático no mundo acadêmico, pois as informações produzidas pela IA são vagas e sem referência. ENT4 cita o receio do que alunos e profissionais possam realizar com o uso do ChatGPT. “Medo de como o ser humano vai usar a ferramenta” (ENT5). O professor de finanças, ENT3, acredita que o uso da ferramenta vai trazer muito desemprego, impactando o mercado de trabalho e trazendo diversos males para a saúde mental de profissionais que resistirem às mudanças. “A tendência é que todo

o trabalho mude pro mundo virtual, fazendo com que as pessoas trabalhem o tempo todo" (ENT3).

Essas preocupações manifestadas pelos docentes em relação ao uso inadequado e às consequências socioeconômicas da ferramenta encontram amparo nas discussões éticas de Dwivedi *et al.* (2023). A necessidade de interpretação humana constante e o risco de plágio acadêmico mencionados por ENT1 e ENT2 ratificam a premissa de que o ChatGPT não possui compromisso com a verdade e exige supervisão rigorosa para evitar a proliferação de informações vagas ou sem fundamentação. Além disso, o receio quanto ao desemprego e aos impactos na saúde mental dos profissionais, destacado por ENT3 e ENT5, valida o alerta da literatura sobre a gradual substituição da mão de obra humana e a dependência tecnológica. Tais relatos reforçam que, embora a tecnologia otimize processos operacionais, as incertezas sobre o comportamento humano e a falta de transparência nas bases de dados da IA impõem barreiras significativas que podem comprometer a ética e a integridade, tanto no ambiente acadêmico quanto no mercado de trabalho.

Outra questão importante citada por ENT3 é que existem perfis de trabalhadores e consumidores que são mais conservadores, alegando o sentimento de receio com as mudanças existentes no mundo do trabalho. ENT4, também professor de finanças, comenta sobre a incerteza da capacidade da ferramenta de realizar cálculos e análises financeiras corretamente, visto que existem diversos fatores que podem influenciar o resultado. Para ENT7, a nocividade da IA está atrelada à inabilidade do usuário, o qual, acreditando que o ChatGPT seja uma ferramenta semelhante ao Google, pode não saber direcionar a ferramenta, fazendo com que seja extremamente nocivo, e forneça informações falsas. "As nocividades estão ligadas a não saber usar o ChatGPT". ENT6 também cita que a IA em si não é nociva, o problema é a confiança dada à ferramenta e como os humanos a usam.

Essas percepções sobre a resistência ao novo e a inabilidade técnica dos usuários reforçam os desafios de implementação da IA discutidos por

Dwivedi *et al.* (2023) e Ramos (2023). O sentimento de receio e o perfil conservador mencionados por ENT3 e ENT4 dialogam com a teoria sobre a falta de confiança e a necessidade de que os clientes e profissionais acreditem no novo modo de consulta *online*. A incerteza quanto à precisão de cálculos financeiros e a possibilidade de obter informações falsas devido ao mau direcionamento da ferramenta, apontadas por ENT4 e ENT7, ratificam as limitações descritas por Ramos (2023) sobre a falta de contexto e compreensão da IA, que pode gerar respostas genéricas ou imprecisas. Em suma, ao destacarem que a nocividade reside mais no uso humano e na confiança excessiva do que na tecnologia em si, os docentes corroboram a exigência de uma supervisão constante e de uma análise fundamental que o ser humano, conforme Dwivedi *et al.* (2023), ainda é o mais capacitado para realizar.

ENT8, professor de *marketing*, cita que, além da criação de *fake news*, há também o problema da falta de regulação, permitindo que a IA faça uso de imagens sem autorização, "usando pessoas mortas para fazer propagandas ou até mesmo pessoas vivas que não deram permissão do uso de imagem". Outro problema citado foi a forma com que a ferramenta define algumas etnias, infelizmente seguindo padrões racistas e/ou preconceituosos, como comentado por ENT6. Convergindo com a teoria, a maioria dos entrevistados menciona a questão da ética como uma das principais nocividades do ChatGPT, devido à utilização de um amplo banco de dados, não permitindo ao usuário verificar de onde a informação foi retirada. Apenas um entrevistado não comentou diretamente a questão da ética. A automação dos processos e a gradual substituição da mão de obra humana pela IA é comentada pelo referencial como um dos principais malefícios. Alinhados com esta ideia, ENT3 e ENT8 citam o desemprego dos trabalhadores como um malefício iminente da IA.

Essas evidências empíricas sobre a reprodução de preconceitos e a ausência de marcos regulatórios confirmam as preocupações críticas levantadas por Dwivedi *et al.* (2023) e Ausat *et al.* (2023). O uso não autorizado de imagens e a definição de etnias baseada em padrões racistas, mencionados por ENT8 e ENT6, ratificam a tese de que a falta de pensamento crítico da ferramenta pode levar à proliferação de conteúdos tendenciosos e

discriminatórios. Além disso, o consenso da maioria dos docentes sobre os dilemas éticos da base de dados opaca e a iminência do desemprego estrutural, citados por ENT3 e ENT8, valida o alerta da literatura de que a automação e a gradual substituição da mão de obra humana são malefícios reais da IA generativa. Em conclusão, o receio dos professores diante da falta de transparência e regulação reforça a necessidade de um programa de melhoria contínua e de uma supervisão humana rigorosa, conforme sugerido pela teoria, para assegurar que a integração da inteligência artificial não fira a ética ou a integridade social.

Considerações finais

Este texto teve por objetivo analisar a percepção dos docentes do curso de administração da Universidade Federal do Rio Grande sobre o uso da inteligência artificial ChatGPT dentro das diversas áreas da administração. Para isso, foi realizada uma pesquisa qualitativa através de um estudo de caso na FURG, nos *campi* Carreiros e Santo Antônio da Patrulha. Foram entrevistados professores das áreas de *marketing*, administração financeira e investimentos, estratégia, logística, gestão de pessoas, gestão de projetos e empreendedorismo. Alinhados com a teoria, os entrevistados ressaltaram o benefício da ferramenta para pesquisa acadêmica, pois, apesar de não haver um filtro para pesquisa somente em material acadêmico, o buscador consegue encontrar resultados em uma ampla gama de fontes, além de conseguir realizar a tradução de artigos em outros idiomas, facilitando o nosso acesso à literatura internacional.

Devido à utilização de um banco de dados já existente, um dos malefícios apresentados pela ferramenta é repetir padrões preconceituosos já enraizados na nossa sociedade, pois, como não há pensamento crítico, apenas uma junção de resultados do banco de dados, pôde-se observar a plataforma entregando resultados preconceituosos, principalmente com relação a grupos sociais historicamente oprimidos. Tal nocividade foi citada como o motivo que fez um entrevistado não querer se aprofundar sobre a plataforma, considerando-a como racista. Percebe-se que, apesar de todos os

entrevistados terem o conhecimento do que é a plataforma, há pouco interesse em utilizá-la e compreendê-la, seja por desconhecimento do modo como ela funciona ou por receio de como ela vai impactar a educação e o mercado de trabalho em um futuro não tão distante. Já há um sentimento de que a tecnologia está influenciando a rotina pessoal e profissional do meio acadêmico.

Destaca-se que uma das limitações deste estudo é o fato de que, apesar de terem sido convidados todos os professores das áreas estudadas, dos dois *campi* escolhidos, nem todos participaram do processo de entrevista, resultando em uma amostra com apenas 8 professores da FURG. Como resultado, os *insights* obtidos podem não refletir totalmente a diversidade de perspectivas presentes em todas as áreas e entre todos os professores da instituição.

A segunda limitação deste trabalho é que, por ser um estudo de caso, não foram analisadas outras instituições de ensino superior públicas, nem privadas. A generalização dos resultados para um contexto mais amplo pode ser comprometida devido à natureza limitada da amostra, sugerindo a necessidade de pesquisas futuras com uma abordagem mais abrangente e representativa, ou seja, com mais professores, podendo estender a novas áreas da administração, ciências contábeis e econômicas. Sugere-se, para as futuras pesquisas, uma maior aplicação do mesmo instrumento, porém buscando conversar com mais professores, de todas as áreas: *marketing*, empreendedorismo, gestão de projetos, logística, estratégia, finanças e gestão de pessoas. Também se sugere uma nova aplicação em outras universidades públicas, a fim de comparar os dados com os obtidos nesta pesquisa, e a aplicação desta pesquisa em universidades privadas, visando comparar e analisar diferenças entre universidades públicas e privadas.

Referências

ALVES, F. D. N. **Fundação Universidade do Rio Grande**: 35 anos a serviço da comunidade. Rio Grande: Ed. Da FURG, 2004.

AUSAT, A. M. A. *et al.* Application of ChatGPT in improving operational efficiency in the context of entrepreneurship. **Jurnal Minfo Polgan,** v. 12, n. 1, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12667. Acesso em: 24 mar. 2026.

BALLOU, R. H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 2014.

BASTOS, I. S. S.; PEREIRA JUNIOR, E. F. Z.; PEREIRA, G. G. B. Gerenciamento de escopo do projeto: estudo de caso da construção de um gasoduto. **Revista Tecnológica da Universidade Santa Úrsula**, v. 8, n. 1, p. 113-127, 2025. Disponível em: https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33139.44324. Acesso em: 24 mar. 2026.

CHEROBIM, A. P.; RIGO, C.; LEMES, J. **Administração Financeira**: Princípios, Fundamentos e Práticas Brasileiras. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2016.

COUTINHO, F. A origem do ChatGPT: conheça a história da OpenAI. **Tecmundo**, 10 fev. 2023. Disponível em: https://www.tecmundo.com.br/internet/260413-origem-chatgpt-conheca-historia-openai.htm. Acesso em: 10 maio 2023.

DUTRA, J. S. **Gestão de pessoas**: modelo, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2016.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier Editora LTDA, 2008.

DWIVEDI, Y. K. *et al.* "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**, v. 71, art. 102642, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642. Acesso em: 24 mar. 2026.

FONSECA, D. L.; PEREIRA JUNIOR, E. F. Z.; PEREIRA, G. G. B. Gestão de projetos na organização científica: um estudo com estudantes de pós-graduação. **Revista Eletrônica Científica Ensino Interdisciplinar**, v. 11, n. 36, p. 218-233, 2025. Disponível em: https://doi.org/10.21920/recei.v11i36.6735. Acesso em: 24 mar. 2026.

GALVÃO, C. N.; PEREIRA JUNIOR, E. F. Z.; PEREIRA, G. G. B. Análise estratégica para prestação de serviços de controle de qualidade REBLAS na área farmacêutica. **Colóquio - Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 22,

n. 1, p. 182-202, 2025. Disponível em: https://doi.org/10.26767/coloquio.222025.3768. Acesso em: 24 mar. 2026.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008

HAIR JUNIOR, J.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

KOTLER, P; KELLER, K. L. **Marketing Essencial**: conceitos, estratégias e casos. 5. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

LANDIM, W. Chat GPT: o que é, como funciona e como usar. **Portal Mundo Conectado** 3 fev. 2023. Disponível em: https://mundoconectado.com.br/artigos/v/31327/chat-gpt-o-que-e-como-funciona-como-usar. Acesso em: 15 jun. 2023.

MACHADO, C. S. L.; PEREIRA JUNIOR, E. F. Z.; BONATO, S. V. Operações da modalidade Roll-On Roll-Off no modal marítimo: Proknow-C da produção científica mundial. **Revista de Engenharia e Tecnologia**, v. 15, n. 1, p. 1-18, 2023. Disponível em: http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.31650.61121. Acesso em: 24 mar. 2026.

MAURA, S. Inteligência Artificial: ChatGPT e os impactos para a rotina das empresas e à experiência dos clientes. **Crypto ID**, 6 fev. 2023. Disponível em: https://cryptoid.com.br/inteligencia-artificial/inteligencia-artificial-chatgpt-e-os-impactos-para-a-rotina-das-empresas-e-a-experiencia-dos-clientes/. Acesso em: 10 jun. 2023.

MORETTO, A. L. **Desenvolvimento de modelo conceitual de sistema de IA para formação de empreendedores**. 2023. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2023. Disponível em: https://repositorio.pucsp.br/handle/handle/32237. Acesso em: 24 mar. 2026

PEREIRA, R. D. R. Do neuromorfismo à percepção cultural: uma teoria cultural da máquina. **Norus: Novos Rumos Sociológicos**, v. 9, n. 15, p. 273-318, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.15210/norus.v9i15.21101. Acesso em: 24 mar. 2026.

PEREIRA JUNIOR, E. F. Z.; PEREIRA, G. G. B. Quem é o empreendedor e como ele surge? A evolução do conceito na literatura científica. **Revista Gestão, Inovação e Negócios**, v. 9, n. 1, p. 14-39, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.37951/2358-9868.2023v9i1.p14-40. Acesso em: 24 mar. 2026.

PMI – PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos** (Guia PMBOK). 5. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

RAMOS, A. S. M. Generative Artificial Intelligence based on large language models - tools for use in academic research. **SciELO Preprints**, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.6105. Acesso em: 24 mar. 2026.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

THOMPSON, A. A.; STRICKLAND, A. J.; GAMBLE, J. E. **Administração Estratégica**. 15. ed. São Paulo: McGraw-Hill Interamericana do Brasil Ltda, 2008.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamentos e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.