

---

## O trabalho, as metáforas e as coisas da inteligência artificial.<sup>1</sup>

Maria Cristina Dias ALVES<sup>2</sup>  
Universidade de São Paulo, São Paulo

*Porque eu não sou da informática:  
eu sou da invencionática.  
Só uso a palavra  
para compor meus silêncios.  
Manoel de Barros*

### RESUMO

Este texto traz à discussão as relações entre comunicação e mundo do trabalho, as contribuições da ergonomia e alguns achados das nossas pesquisas sobre o trabalho nas agências de publicidade (Alves, 2016; 2022; 2023). Especificamente, tensiona o excesso de metáforas utilizadas pelos sistemas de inteligência artificial (IA) sob o conceito de dispositivo (Foucault, 2000; Deleuze, 1999, Agamben, 2011), situando essas “estratégias de relações de força” na sustentação do saber-poder da técnica e do domínio dos dados, as “linhas de enunciação” do dispositivo, no assujeitamento da pessoa trabalhadora.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; trabalho; agências de publicidade; inteligência artificial; metáforas.

### O trabalho e os sentidos

A relação comunicação e trabalho, tão imbricada em todos os setores produtivos de bens e serviços, tem relevância fundamental, principalmente quando consideramos a mediação da IA no mundo do trabalho, as mudanças e as renormatizações decorrentes. Um dos exemplos está no texto *Um robô, o trabalho e os queijos*, de Duraffourg (2013), em que o autor relembra a automação na produção de queijos de uma empresa francesa, que não levou em conta os sentidos das trabalhadoras (tato e olfato), no processo de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Publicitária e doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, onde também realizou pós-doutorado e ministra aulas como docente colaboradora no curso de graduação em Publicidade e Propaganda e em cursos de especialização. Pesquisadora da Cátedra Oscar Sala do IEA/USP, sobre Inteligência Artificial Responsável, vice-líder do GT IA e Trabalho; membra dos grupos de pesquisa GESC3, da ECA/USP, e Comunicação, Consumo e Arte, da ESPM/SP. E-mail: crisdays@gmail.com

---

maturação, imprescindível para consistência e qualidade do queijo, mas inacessível às máquinas.

Compreendemos o trabalho como uma atividade em que a pessoa trabalhadora é ao mesmo tempo produtora e produto de relações materiais, simbólicas e sociais, a começar por sua capacidade conceptual, como escreve Marx (s/d), que, diferentemente dos animais, imprime ao material um projeto que existe antes em sua mente. A essa capacidade de representação simbólica, que antecede a atividade, se configura o ato criador, inédito, único e intercambiável, uma vez que cada ser humano concebe e executa o trabalho à sua maneira, singular, cuja força é infinitamente adaptável.

Rocha (1995) analisa a produção seriada das fábricas, na qual coloca o “humano” em quarentena, já que apaga a marca do seu trabalho. Essa separação de quem exerce a atividade laboriosa do resultado final do seu trabalho, característica do capitalismo, faz com que qualquer ser humano possa operar qualquer máquina, excluindo a marca pessoal, e o trabalho torna-se desumano nos vários sentidos da palavra. Ao citar a crítica de Marx a esse respeito, acrescenta: “Além de projetar a expulsão do trabalhador do processo produtivo, o modo de produção capitalista transforma o instrumento de trabalho em máquina e esta se torna concorrente do próprio trabalhador” (idem, p. 65).

Com a chegada da automação e, mais ainda, da inteligência artificial (IA) no mundo do trabalho, esse apagamento se radicaliza, uma vez que também a parceria entre trabalhadores e trabalhadoras pode ser parcial ou totalmente eliminada, dando lugar a procedimentos automatizados em que a máquina dá respostas, realiza atividades e substitui a mão de obra operacional. Desse modo, faz parecer que há autonomia na tecnologia, como nos lembram Pasquinelli e Joler (2021), entretanto, são dois movimentos de alienação, um na invisibilidade da autonomia da pessoa trabalhadora e, outro, na autonomia geopolítica das empresas de alta tecnologia: “O projeto moderno de mecanizar a razão humana transformou-se claramente, no século XXI, num regime corporativo de extrativismo de conhecimento e de colonialismo epistêmico”.

Para Antunes (2023), trata-se do desenvolvimento da exclusão total da marca humana do trabalho, que exacerba a disposição por eliminar (e/ou sujeitar) o trabalho vivo subordinando-o e substituindo-o pelo trabalho morto, na consolidação da nova fábrica digital em diferentes setores e ramos econômicos.

---

## **Não existe técnica (nem palavra) neutra**

Nesse artigo, discutimos as metáforas utilizadas nos processos mediados pela IA (generativa ou não), como um mecanismo discursivo utilizado tanto para humanizar procedimentos maquínicos, como para minimizar erros decorrentes da programação desses próprios procedimentos.

Scolari (2023) tem se dedicado às metáforas em relação a objetos científicos, como um mecanismo de compreensão da evolução e da lógica dos discursos; Ganesh (2022) aborda a potência dessa figura de linguagem às voltas com a tecnologia, lembrando o quanto a linguagem importa e é política. A metáfora, como escreve Orlandi (2021, p.3), não é apenas a troca de uma palavra por outra, nela “uma palavra fala ‘com’ outras’, produzindo transferências de sentidos, equívocos. Silenciosa ou explicitamente, com ou sem nosso consentimento, com ou sem nosso conhecimento”.

Essas inquietações tiveram início em nossa pesquisa de doutorado (Alves, 2016), quanto tensionamos os sentidos das denominações de departamentos e de cargos nas agências de publicidade e as normatizações relativas, a partir do conceito de dispositivo (Foucault, 2000, p. 138): uma rede entre elementos de um conjunto heterogêneo de “discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições morais filosóficas, filantrópicas” e cujos elementos são o dito e o não dito.

No contexto do mundo do trabalho das agências de publicidade e respectivas demandas, investigamos o uso dos aparatos técnicos (as máquinas e os sistemas), as divisões departamentais (físicas e organizacionais), as metodologias comunicacionais e procedimentos, enfim, o fluxo de trabalho que ocorre em um espaço físico específico como constituintes dos dispositivos (incluindo a arquitetura, a disposição dos móveis, a decoração e o lugar destinado às pessoas), cujas práticas conformam os sujeitos e a própria organização (Alves, 2016). Dispositivos que “mascaram uma prática que permanece muda” ou, ainda, o modo como essa prática é reinterpretada dando acesso a um campo de racionalidade novo. Fazem parte dessas classificações os métodos de trabalho cujos sentidos orientam o ser profissional, como acontece com alguns novos cargos nas agências de publicidade – *content, consumer insights* etc. (Alves, 2021) –, e ainda os coletivos das empresas, denominados colaboradores, time ou mesmo família, localizando-as em estratégias discursivas que utilizam elementos retóricos para tornar

ainda mais opacas as relações de poder. Discursivos ou não, entre esses elementos existe um jogo, na mudança de posição que faz parte do dispositivo, ou seja, “estratégias de relações de força sustentando tipos de saber e sendo sustentadas por eles” (Foucault, 2000, p.140).

No caso da IA generativa, nos chama a atenção os não ditos a partir dos ditos metafóricos que nomeiam sistemas de coleta de dados, de programação e de respostas a comandos, como um deslocamento de poder consequente do saber técnico do artefato. Consultamos o próprio *ChatGPT*, da empresa *OpenAI*, para buscar respostas para o uso indiscriminado dessas palavras tão humanas, que retornou nove metáforas – alucinação, memória, atenção, raciocínio, aprendizado, intuição, esquecimento catastrófico, *overfitting* e *underfitting* e empatia artificial – junto de descrições explicativas do porquê de cada uma.<sup>3</sup>

Cada metáfora e cada definição decorrente possibilitam análises de conteúdo, de discurso ou mesmo retórica, porém, pelo espaço reduzido neste trabalho, focalizamos apenas a questão das *alucinações* tendo como norte o conceito de dispositivo (Foucault, 2000; Deleuze, 1999), já que a IA não falha, a IA *alucina*<sup>4</sup>, o que no mundo do trabalho, entre seres humanos, pode ter consequências irremediáveis. Ressaltamos que os procedimentos dos algoritmos da IA têm um caráter essencialmente econômico, ou seja, objetivam diminuir custos e obter mais lucro e quando a máquina erra pode ocasionar perda de tempo ou gasto adicional, não previsto. Ou ainda trazer consequências graves, atingir pessoas trabalhadoras, comprometer atividades e toda a produção ou linha de serviços. No caso da IA que produz *posts* publicitários, um erro pode acabar com anos de trabalho na construção de um posicionamento e identidade de marca. Ou gerar conteúdo indevido, como aconteceu recentemente com o Google<sup>5</sup>. Nesse sentido, consideramos o

---

<sup>3</sup> A consulta ao *ChatGPT* foi realizada a partir de duas perguntas. A primeira, “Quais as metáforas utilizadas na AI para explicar processos e processamento de dados?”. Por ser mais aberta, trouxe respostas longas e não específicas, incluindo caixa preta, labirinto, peneiras etc. (também metáforas que valem um novo artigo). Então, fizemos outra pergunta mais pontual: “Quais denominações utilizadas para explicar a AI que têm origem humana, como as metáforas que você (sic) citou. Por exemplo, alucinação?” O resultado trouxe nove metáforas, das quais escolhemos apenas a primeira, alucinação, e respectiva descrição: “[...] fenômeno em que o modelo gera informações, que parecem plausíveis, mas são factualmente incorretas ou completamente inventadas. Isso é semelhante às alucinações humanas, onde uma pessoa pode ver ou ouvir coisas que não existem na realidade.” Consulta realizada em 21 maio de 2024.

<sup>4</sup> Alucinação: substantivo feminino. 1 Ato ou efeito de alucinar(-se); alucinamento. 2 Falta de lucidez; tresvario. 3 Med. Percepção de sensações sem objeto que lhe dê causa direta. 4 Psicol. Med. Interpretação anormal das experiências ideativas como percepções reais; distingue-se da ilusão por ser esta uma percepção errônea de dados sensoriais presentes. 5 Falsa impressão, sem base na realidade. Michaelis *on-line*. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/alucina%C3%A7%C3%A3o/>. Acesso em: mai. 2024.

<sup>5</sup> Google limita recurso de busca de IA após respostas erradas. Disponível em: <https://bit.ly/4bIQPN8>. Acesso em: jun. de 2024.

---

uso de metáforas pela IA uma atualização do dispositivo de saber-poder, que confere à técnica a primazia dos processos de trabalho, as linhas de enunciação, como escreve Deleuze (1999, p. 156), resultando em linhas de força, num processo de assujeitamento da pessoa trabalhadora.

A programação dos algoritmos é arranjada por dados que alimentam novos dados, ou seja, o ineditismo também é imprevisível e, por isso, por não ter respostas, a IA *alucina*. Como a programação é movida por dados circulantes, fornecidos e programados por humanos para combinarem-se nas respostas<sup>6</sup>, quando não há dados, não há respostas. Por outro lado, foi o desconhecido que sempre levou seres humanos adiante, como espécie, pela curiosidade e desafio, uma capacidade criadora que tornou possível gerar e aprimorar modos de trabalho, toda cultura material e simbólica, o apuro dos sentidos, os pensamentos, os sentimentos.

Acreditamos que palavras tecem novos modos de ser no mundo e essas metáforas, a começar pela alcunha inteligência<sup>7</sup> dada ao sistema, bem como demais processos maquínicos, como rede neural, comportamento, entre outras já apontadas anteriormente, não podem passar despercebidas. São escolhas que colocam a centralidade humana de escanteio, num processo de deslocamento de poder sem precedentes: não da máquina, mas das empresas que criam as máquinas e respectivos componentes, que captam e guardam os nossos dados e medeiam a maioria das atividades das nossas vidas.

### **Algumas considerações**

O fluxo de informação da IA é um instrumento de extração da “inteligência analítica” de diferentes modelos de trabalho humano, para transferir essa inteligência para uma máquina: “A fonte de informação da aprendizagem automática (seja qual for o seu nome: dados de entrada, dados de formação ou apenas dados) é sempre uma representação das competências, atividades e comportamentos humanos, da produção social em geral” (Pasquinelli; Joler, 2021). Por isso, a primeira iniciativa de regulação da IA, realizada

---

<sup>6</sup> Não vem ao caso discutirmos a programação da IA nesse momento, principalmente por não ser da nossa competência.

<sup>7</sup> A utilização do termo IA é atribuída ao grupo formado John McCarthy (*Dartmouth College*), Nathan Rochester (IBM, *International Business Machines*), engenheiros e cientistas da computação, e pelos matemáticos Marvin Lee Minsky (*Harvard University*) e Claude Shannon (*Bell Telephones Lab*) no trabalho “*A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence*”, de 1955, ainda que o termo tenha sido utilizado desde o pós 2ª guerra e, em 1950, por Alan Turing, no trabalho *Computing Machinery and Intelligence* (McCarthy, 2007). Disponível em: <http://jmc.stanford.edu/articles/dartmouth.html>. Acesso em: jun. 2024.

pelo Parlamento Europeu (2024), coloca a gestão do trabalho como uma questão de alto risco (incluindo anúncios de emprego, análise, filtragem e avaliações de candidaturas), como acontece na maioria das grandes agências, na qual a contratação é realizada por empresas que utilizam IA no recrutamento. Ou seja, é necessário um olhar atento para as consequências desse processo de precarização do trabalho, que transforma *mão de obra* em *dedos entorpecidos*, sendo imperativa a participação das pessoas trabalhadoras nas decisões mediadas por IA, ativamente, antes, durante e depois de sua aplicação.

Utilizar *alucinação* (falta de lucidez, desvario, perda da razão, desatino, são alguns dos sinônimos) no lugar de falha técnica ou erro, constitui uma estratégia das empresas de tecnologia, que detêm o poder sobre os dados e, cada vez mais, sobre nós. E por não assentirmos com as tantas metáforas da IA, essas linhas de enunciação do dispositivo, indagamos por quatro vezes o *ChatGPT*, no mesmo acesso da questão anterior, sobre o porquê desse uso excessivo de palavras atribuídas a humanos. Todas as vezes o sistema não trouxe explicações e a máquina finalmente relatou uma falha técnica: “Algo deu errado. Se esse problema persistir, entre em contato conosco através do nosso centro de ajuda em [help.openai.com](https://help.openai.com)<sup>8</sup>”.

Antes de encaminhar este artigo, acessamos novamente o *ChatGPT* para questionar o uso da palavra *alucinação* no lugar de erro. Entre as evasivas, a máquina conclui: “Portanto, enquanto ‘erro’ pode ser um termo mais genérico para descrever resultados incorretos, ‘alucinação’ pode ser escolhido para destacar especificamente casos onde a saída da IA é não apenas errada, mas significativamente divergente ou ilusória.”<sup>9</sup>

Antes, na ausência de respostas. Depois, na resposta que nada justifica. Em ambos os casos emerge uma radical e não capturável linha de fuga, que é a liberdade para Foucault (Chignola, 2014). Nem que seja a de escolher utilizar a IA como instrumento de trabalho, apenas isso, como acontece em nossas pesquisas, para buscar e consultar fontes, ajudar na tradução e revisão da escrita e confrontar a própria técnica, como fizemos neste artigo.

### Referências bibliográficas:

AGAMBEN, G. ¿Qué es un dispositivo? In *Sociológica*, año 26, número 73 (mai./ago.), 2011.

<sup>8</sup> *Something went wrong. If this issue persists, please contact us through our help center at [help.openai.com](https://help.openai.com).*

<sup>9</sup> “Por que a IA usa a palavra alucinação em vez de erro? Consulta realizada em 25 de junho de 2024.

---

ALVES, M. Cristina D. Mediações e os dispositivos dos processos criativos da publicidade midiaticizada: vestígios e perspectivas. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), ECA/USP, 2016. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-19092016-163535/>.

ALVES, M. Cristina D. Entre o provisório e o incerto: modos de trabalho em uma agência de publicidade colaborativa. In: **Galáxia**, v. 48 n. 1, 2023. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/59558/42297>.

ALVES, M. Cristina D. Da big idea ao big data em 10 anos do Cannes Lions: publicidade em tempos incertos. In: **Signos do consumo**, v. 14, n. 1, p. 1-18(jan./jun.) São Paulo: 2022. <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/198641/184278>.

ALVES, M. Cristina D. Entre pessoas e processos: observações sobre uma agência de publicidade digital. In: **Intexto**, n. 52, e-105670, Porto Alegre, UFRGS: 2021 <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/105670/64734>.

ANTUNES, R. Icebergs à deriva. In: **A terra é redonda**, 2023. Disponível em: <https://aterraeredonda.com.br/icebergs-a-deriva/>. Acesso em: mai. 2024.

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 3ª ed. São Paulo: Cortez/Ed. Unicamp, 1995.

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**. Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 6ª. ed. São Paulo: Boitempo, 2001

BRAVERMAN, H. **Trabalho e capital monopolista**. A degradação do trabalho no século XX. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

CHIGNOLA, S. Sobre o dispositivo: Foucault, Agamben e Deleuze. In: **Cadernos UHU de Ideias**. ano 12, nº 214 · vol. 12, 2014.

DELEUZE, G. Que és un dispositivo? In: BALIBAR, E.; DREYFUS, H.; DELEUZE, G. et al. **Michel Foucault, filósofo**. Barcelona: Gedisa, 1999.

DURAFFOURG, J. Um robô, o trabalho e os queijos: algumas reflexões sobre o ponto de vista do trabalho. **Trabalho & Educação**, Belo Horizonte, v.22, n.2, p.37-50 (mai./ago.), 2013.

ETUC – European Trade Union Confederation. **AI - Humans must be in command**. Disponível em: <https://www.etuc.org/en/document/ai-humans-must-be-command>. Acesso em: mai. 2024.

FÍGARO, R. Comunicação e trabalho para mudanças na perspectiva sociotécnicas. In: **Revista USP** nº86, 2010.

FÍGARO R. Comunicação e trabalho: implicações teórico-metodológicas. In: **Galaxia**, nº 39, (set./dez.), 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-255435905>. Acesso em: jun. 2024.

FOLCHER, V. RABARDEL, P. Homens, artefatos, atividades. In: FALZON, P. (org.) **Ergonomia**. São Paulo: Blucher, 2007.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

GANESH, M. I. Between metaphor and meaning: AI and being human. In: **Interactions Magazine**, v. 29, issue 5, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3551669>. Acesso em: mai. 2024.

---

HAN, B. C. **Sociedade do cansaço**. Rio de Janeiro: Vozes, 2015.2015

KARSENTY, L., LACOSTE, M. Comunicação e Trabalho. In FALZON, P. (org.) **Ergonomia**. São Paulo: Blucher, 2007

MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. Vol. 1, livro 1º O processo de produção do capital. Tomo 1, cap. 1. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. Vol. 1, parte III, Processo de Trabalho e Processo de Produção de Mais valia. Disponível em: <http://www.marxists.org/portugues/marx/1867/ocapital-v1/vol1cap07.htm>. Acesso em: mar. 2024.

MARX, K, ENGELS, S. F. **A ideologia alemã**. São Paulo; Boitempo, 2007.

MCCARTHY, J. et. all. **A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence**, 1956. Disponível em: <http://jmc.stanford.edu/articles/dartmouth/dartmouth.pdf>. Acesso em: jun. 2024.

MCCARTHY, J. **What is artificial intelligence?** 2007. Disponível em: <http://jmc.stanford.edu/articles/whatisai.html>. Acesso em: jun. 2024.

MEDWELL, J. Quando o algoritmo é seu chefe. In: **Jacobin**, 2023. Disponível em: <https://jacobin.com.br/2023/08/quando-o-algoritmo-e-seu-chefe/>. Acesso em: mai. 2024.

MINSKY, M. L. Matter, minds, models. In: **Semantic Information Processing**. MIT Press, 1968. Disponível em: <https://bit.ly/3x3roqu>. Acesso em: jun. 2024.

OIT-Organização Internacional do Trabalho. **A inteligência artificial generativa deve complementar empregos, em vez de destruí-los**. Disponível em: <https://www.ilo.org/pt-pt/resource/news/inteligencia-artificial-generativa-deve-complementar-empregos-em-vez-de>

ORLANDI, E. Volatilidade da interpretação: política, imaginário e fantasia. In: **Cadernos de linguística** (Abralin). v. 2, n. 1, 2021. Disponível em: <https://cadernos.abralin.org/index.php/cadernos/article/view/310>. Acesso em: mai. 2024.

OROZCO, G. Podemos ser mais criativos ao adotar a inovação tecnológica em educação? Uma proposta em comunicação. In: **Revista Matrizes**, out. 2007.

PARLAMENTO EUROPEU. **Lei da UE sobre IA**: primeira regulamentação de inteligência artificial. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2023/6/story/20230601STO93804/20230601STO93804\\_pt.pdf](https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2023/6/story/20230601STO93804/20230601STO93804_pt.pdf). Acesso em: mai. 2024.

PETERMANN, J.; ALVES, M. C. D. Alguns traços do trabalho em direção de arte: terceiro movimento de pesquisa. **Anais ... 32 Encontro Anual da COMPÓS**. São Paulo. Campinas, Galoá, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/alguns-tracos-do-trabalho-em-direcao-de-arte-terceiro-movimento-de-pesquisa?lang=pt-br>. Acesso em: jun. 2024.

ROCHA, E. **Magia e Capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SCHWARTZ, T. Entrevista. In: **Revista Trabalho, Educação e Saúde**, vol. 4, nº 2, Fiocruz, 2006.

SCOLARI, C. Nos estudos de mídia(tização), adoramos metáforas. In: **Revista Matrizes**, v.17, nº 1 (jan./abr.), p. 37-56, 2023.