

Entre o sujeito e a máquina: as interfaces no trabalho plataformizado e suas formações discursivas e ideológicas¹

Talitha Paratela²
Universidade de São Paulo – USP

Resumo

As trajetórias dos estudos sobre comunicação, linguagem e trabalho digital são marcadas por complexidades próprias. Apesar disso, elas convergem no aspecto linguístico, especialmente no que se refere aos discursos que atravessam as relações de comunicação e trabalho. Ao considerá-los como prática ideológica, observa-se um atravessamento dos processos produtivos (e de linguagem) por formações discursivas que moldam sujeitos, sentidos e modos de existência no trabalho digital. Esta pesquisa propõe aplicar o conceito de formação discursiva e ideológica para analisar os enunciados das peças publicitárias sobre as interfaces em computadores pessoais. Nesse contexto, elas mediam a relação entre sujeitos e tecnologias por meio de uma iconografia repleta de significados. Assim, investigam-se como esses discursos são relativos às transformações contemporâneas do trabalho.

Palavra-chave: linguagem; comunicação; análise do discurso; trabalho; plataformação

A relação entre trabalho, linguagem e pensamento remonta às origens da sociedade. A capacidade humana de produzir ferramentas, desenvolvida na interação com a natureza, estabelece uma distinção fundamental entre seres humanos e outros animais: o trabalho (BACCEGA, 1998, p. 16). Ele é orientado por ideias – produto do pensamento, que, segundo Vygotsky (1934), depende da linguagem. Ao mediar a ação, linguagem e pensamento tornam o trabalho mais complexo e produtivo (VIEIRA PINTO, 1979, p. 326). A linguagem, portanto, se materializa nas línguas, que determina a existência das relações sociais e como os sujeitos representam a si mesmos e o mundo ao redor através dos discursos, que são formados por enunciados.

Ao entender os enunciados como inscritos em formações discursivas – ou seja, como efeitos das condições de produção, sendo reguladas por objetos, conceitos e modos de enunciação –, Foucault (2008) distancia-se do conceito de ideologia, privilegiando a noção de poder-saber. A partir da leitura de sua obra, Pêcheux (1997) e Courtine (2009) reinterpretem a formação discursiva, reintroduzindo a ideologia.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Trabalho, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

Courtine (2009, p. 73) associa as formações discursivas às formações ideológicas, que surgem a partir de representações contraditórias e marcadas por relações de classe. Elas são historicamente determinadas e atravessam os sujeitos de forma instável. Desse modo, o assujeitamento ocorre no interdiscurso, constituído pelo já dito. O sujeito se apropria de objetos discursivos de modo relacionado com as condições de produção que o antecedem. Por isso, os sentidos variam conforme sua posição discursiva (PÊCHEUX, 1997, p. 201).

Em vista dessa articulação teórica, a investigação analisa as formações discursivas em peças publicitárias dos primórdios das interfaces em computadores pessoais, com o objetivo de investigar seus discursos. A publicidade, como parte do processo produtivo das tecnologias, articula linguagem e trabalho. Ao analisá-la, buscamos compreender como funciona o interdiscurso e como seus enunciados se relacionam ao trabalho plataformizado, mediado por interfaces e seus significados.

A pesquisa adota a análise do discurso e os estudos sobre plataformização e datificação do trabalho. Nos últimos anos, o mundo do trabalho digital foi impactado pela digitalização da produção e pela dependência de infraestruturas que coletam e processam dados via algoritmos (FIGARO, 2024). O conceito de plataforma, que origina o processo de plataformização, transformou-se no passo das mudanças tecnológicas e sociais. Nieborg, Poell e Van Dijck (2020, p. 4) a caracterizam, mais recentemente, como uma infraestrutura modular, cujo ecossistema é controlado por empresas, que são moldadas pelos dados obtidos por meio dos algoritmos na interação entre usuários e desenvolvedores.

Os algoritmos selecionam e mediam as informações em vista de preferências e comportamentos: eles categorizam, classificam e organizam as buscas e recomendações, influenciam os fluxos de informações e proporcionam o surgimento de novos significados. Assim, os discursos são submetidos a lógicas digitais baseadas nos dados (GILLESPIE, 2018, p. 97) – o que caracteriza a datificação do trabalho. Ainda que os algoritmos sejam parte dessa lógica discursiva, muitas vezes, suas mudanças são obliteradas, não sendo perceptíveis nas interfaces (GILLESPIE, 2018, p. 106).

A escolha das interfaces se justifica por seu papel na mediação entre humanos e máquinas, tornando acessível, por meio seus símbolos e significados, a linguagem computacional. Parte-se do pressuposto de que o discurso atravessa todas as esferas da vida social, econômica, política e histórica, e da hipótese de que a linguagem é o elo

fundamental entre os campos da comunicação e do trabalho. Sem linguagem, não há criação de ferramentas nem atividade laboral humana.

A partir dessas premissas, formulam-se as seguintes perguntas de pesquisa: (a) o que são as formações discursivas e ideológicas e como determinam a produção enunciativa nas propagandas; (b) como as representações sociais constituem o discurso; (c) de que maneira os discursos sobre as interfaces se imbricam nas formas atuais de trabalho digital, especialmente no contexto da plataformização.

O objetivo geral é transpor as fronteiras entre linguística e comunicação, inserindo essa articulação no debate sobre o trabalho digital, com foco na plataformização e datificação. Os objetivos específicos são: a partir da análise do discurso, ampliar a compreensão dos processos de plataformização e datificação do trabalho; e identificar as formações discursivas e ideológicas nas práticas comunicacionais do mundo laboral contemporâneo.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida. *Comunicação e linguagem: discursos e ciência*. São Paulo: Moderna, 1998.

COURTINE, Jean-Jacques. *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FÍGARO, Roseli. *Datificação das materialidades sensíveis: captura das atividades cotidianas de trabalhadores da comunicação*. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, Quito, n. 157, p. 99-116, dez. 2024/mar. 2025. <https://doi.org/10.5753/laai-ethics.2024.32447>.

GILLESPIE, Tartelon. A relevância dos algoritmos. *Parágrafo*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan./abr. 2018.

NIEBORG, David; POELL, Thomas; VAN DIJCK, José. *Fronteiras – Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr. 2020. <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso*. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

VIEIRA PINTO, Álvaro. *Ciência e existência: problemas filosóficos da pesquisa científica*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

VYGOTSKY, Lev Semionovitch. *Pensamento e linguagem*. 1934. Disponível em: <https://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/vigo.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2025.