

# Datificação do trabalho de comunicação

Roseli Figaro<sup>1</sup>, Luis Gonçalves<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)

roselifigaro@usp.br, luishng72@gmail.com

**Abstract.** *We discuss the process of datafication of human-computer interaction (HCI), focusing on the work of communicators. Datafication is treated as a productive process that involves different levels of data collection and processing. Sensitive materialities are the translation of what is transformed into data. The concept covers the data captured in the act of work and all the subjectivity of those who work; the stages, methods and technical forms of the productive process; and its products. This wealth feeds databases that make up the capital assets of the powerful companies that monopolize the infrastructure for internet connection.*

**Resumo.** *Discutimos o processo de datificação da interação humano-computador (IHC), com foco no trabalho dos comunicadores. Trata a datificação como processo produtivo que envolve diferentes níveis de coleta e tratamento de dados. As materialidades sensíveis são a tradução do que se transforma em dados. O conceito recobre os dados captados no ato do trabalho e toda a subjetividade de quem trabalha; as etapas, métodos e formas técnicas do processo produtivo; e seus produtos. Essa riqueza alimenta bancos de dados que compõem os bens de capital das poderosas empresas que monopolizam a infraestrutura de conexão à internet.*

## 1) Datificação da interação humano-computador

Em geral, todo tipo de interação humano-computador (IHC) – teclar no WhatsApp, comprar no Ifood, produzir uma notícia para o Instagram – é registrado na forma de dados, cuja função pode ser o aprimoramento contínuo do *software* e/ou a extração de preferências do usuário para que uma IA tome decisões em seu nome (Silva 2009) – como ordenar um *feed*, orientar um trajeto ou sugerir um par romântico.

Esses dados também podem ser úteis para inferências comportamentais, econômicas, de saúde etc., cujas aplicações finais podem ser distintas das necessidades dos usuários e distantes da sua consciência e do seu usufruto (Zuboff 2019). Para que isso ocorra, à medida que são produzidos, esses dados *tornam-se ativos intangíveis para a produção de bens de capital* (no caso, as IA) – geralmente de propriedade privada (Stanford 2017). Autores de diferentes perspectivas têm chamado este processo de *datificação* (Cukier e Mayer-Schoenberger 2013; Van Dijck 2017).

Motivados pela crescente importância da datificação e pelo seu ambiente concorrencial desregulado e opaco, desenvolvedores, provedores e investidores dessas tecnologias têm mudado ou descumprido termos de consentimento informado de serviços com certa frequência (Brasil 2024). Assim, tomam para si propriedade intelectual alheia e criam novos "pontos de dados" (Zuboff 2019) – i.e, novos serviços "gratuitos" (Canva,

ChatGPT, Smart Sampa), cujo objetivo é o registro digital de biometrias, expressões, atividades (e seus resultados) do maior número possível de pessoas.

Nestes casos, a necessidade pela datificação pode mesmo definir as possibilidades e modos de usar de serviços digitais e até a sua motivação, transformando atividades de consumo em, também, atividades de produção (Gonçalves 2023). Por exemplo, a desinformação, a dependência por redes sociais e outros aplicativos, dentre inúmeras formas de exploração do tempo livre, têm sido apontados como condições e consequências da luta por audiência e engajamento necessários para a produção desse valioso bem de capital (Lelo e Fígaro 2021).

Neste ponto, cabe perguntar, como descrever essas tecnologias e as relações sociais e econômicas que elas implicam? Visto que, esse mercado lança produtos cujo objetivo não é o retorno sobre o investimento relativo ao serviço prestado ao usuário, mas sim a produção de dados de IHC enquanto ativos intangíveis.

## **2) A Datificação do trabalho de comunicação**

Esse é um contexto tão amplo e diversificado quanto a variedade de modelagens possíveis para esses dados, bem como suas respectivas finalidades e os grupos sociais que a datificação pode requerer. Em nossa pesquisa em andamento, queremos entender como e para quê a datificação do trabalho de comunicadores é silenciosamente realizada através das ferramentas digitais (Microsoft Office, Gmail, WhatsApp etc.) que eles utilizam em seus arranjos de trabalho (empresa, associação etc.) (Figaro et al. 2018).

A partir dessa discussão, sabemos que a atividade de comunicação mediada com essas ferramentas é datificada em três níveis: (1) nas interações sensoriais, cognitivas, de ambiência, de dispositivos e de localização presentes no ato da interação; (2) nas atividades específicas de produção e de circulação de produtos comunicacionais; e (3) no produto comunicacional e em seus resultados midiáticos. Denominamos esses três tipos de dados de *materialidades sensíveis* (Figaro, 2024).

Juntos, esses níveis de datificação criam um novo fenômeno sócio-produtivo. Ao mesmo tempo em que esses trabalhadores produzem valor na forma de um produto de comunicação para seu arranjo profissional, eles também produzem valor na forma de dados sobre si, seu trabalho e produto, que servem para atividades comerciais as mais diversas e também se tornam ativos intangíveis das plataformas controladoras de tais ferramentas. Nos termos da pergunta com que concluímos a seção anterior, esses trabalhadores atuam como força de trabalho dos seus arranjos e, ao mesmo tempo, das plataformas – sendo, neste último caso, de maneira não remunerada e sem opção de ser diferente: sequer têm a liberdade de decidir para quem vendem sua força de trabalho. Essa forma de exploração é invisibilizada pelo fato de as ferramentas aparentarem ser apenas suportes técnicos para a realização de tarefas.

Adicionalmente, tais dados podem se voltar contra os próprios comunicadores e seus arranjos de trabalho, na medida em que eles ajudam a dar forma às “políticas de circulação” das plataformas de mídia (Beer 2016). Isto é, os formatos, conteúdos, temas, tempos, técnicas, divisão do trabalho e custos de produção servem para a otimização de recursos em benefício das plataformas e, muitas vezes, esses mecanismos ocorrem em direções não decididas ou compreensíveis pelos comunicadores e seus públicos.

### 3) Materialidades sensíveis

Esse complexo de novos fenômenos pode ter implicações ainda mais profundas. Nossa pesquisa também interroga quais são exatamente as qualidades e materialidades dessas IHC que as tornam capazes de produzir sua própria datificação para fins capitalistas.

Este é o momento em que não se pode falar de economia (da datificação) sem reconhecê-la enquanto uma forma histórica do movimento da ontologia do ser social. O mundo da economia é o mundo que se integra, resulta e é significado por meio da *atividade sensível humano-social*. Isto é, o mundo que é limitado, possibilitado, tangível e experienciado pelos indivíduos através dos seus sentidos (Marx e Engels 2007) – ainda que essa experiência seja atravessada e mediada pela teleologia, a personalidade, a linguagem e os afetos (Vigotsky 2004).

Isso faz com que nosso mundo seja constituído por *materialidades sociais*, que por sua vez são uma unidade dialética entre (1) as materialidades naturais, (2) as *materialidades sensíveis* (Figaro, 2024) que perfazem as atividades humanas e (3) as materialidades dos produtos do trabalho. Mas, diferente das demais, são as materialidades sensíveis que têm a capacidade de “aproveitar as propriedades das substâncias para lhes impor formas ideais” (Vieira Pinto 2005, p. 255) – ou, nos termos da “economia”, o poder de criar valor. Por isso, sob o capitalismo, essas materialidades sensíveis tendem a ser reduzidas e dominadas na forma de força de trabalho, trabalho abstrato, consumo e, agora, por meio da datificação, são captadas no ato do trabalho humano vivo, codificadas, modeladas para servirem a diferentes finalidades do capital. A subsunção do trabalho ganha em escala nunca imaginada.

Como uma radicalização do cálculo, da determinação da forma e do tempo de movimento corporal taylorista, as materialidades sensíveis tornam-se então todos os gestos, movimentos, expressões e ações possíveis e exigidos nas interações com dispositivos digitais que podem ser registrados especificamente na forma de dados com valor de uso capitalista – seja como atividades de consumo improdutivo (privado) do *feed* do TikTok, ou de consumo produtivo do trabalho de comunicação que ajuda a construir seu conteúdo.

### 4) Considerações preliminares

Esses são alguns elementos essenciais das questões e hipóteses de pesquisa do “Projeto Datificação da atividade de comunicação e trabalho de arranjos de comunicadores: os embates com as determinações das empresas de plataformas”, realizado desde 2023 pelo Centro de Pesquisa sobre Comunicação e Trabalho (CPCT) da ECA-USP. Argumentamos que a datificação da IHC em geral e do trabalho de comunicação em particular são mediadas por certas formas em busca de certos objetivos que precisam ser mais bem conhecidos, porque ambos determinam as possibilidades humanas estendidas pelas tecnologias digitais de uma forma que nós não temos controle.

Em sua etapa atual, o Projeto busca identificar a realidade sociotécnica, psicossocial e político-econômica da *cadeia global de produção e consumo de dados* a qual a datificação do trabalho de comunicação está integrado, assim como procura reconhecer e criar categorias teóricas capazes de representar o movimento concreto dessas realidades.

Com isso, esperamos contribuir com a compreensão do chamado capitalismo de plataformas (Srnicek 2017) e ajudar os produtores-usuários dessas tecnologias (em especial os profissionais de comunicação) a resistirem e a se oporem a essas

determinações por meio de lutas políticas e marcos regulatórios, assim construindo a possibilidade de superá-las.

### **Referências bibliográficas**

Beer, D. (2016). *Metric power* (Vol. 10). London: Palgrave Macmillan.

Brasil (2024). ANPD determina suspensão cautelar do tratamento de dados pessoais para treinamento da IA da Meta. Disponível em: <<https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/anpd-determina-suspensao-cautelar-do-tratamento-de-dados-pessoais-para-treinamento-da-ia-da-meta>>. Acesso: 1/9/2024.

Cukier, K.; Mayer-Schoenberger, V. (2013). The rise of big data: How it's changing the way we think about the world. *The Best Writing on Mathematics 2014*, p. 20-32.

Figaro, R. (org.) (2018). As relações de comunicação e as condições de produção do trabalho de jornalistas arranjos econômicos alternativos. ECA USP. \_\_\_\_\_ . (2024). Impactos da Inteligência Artificial no mundo do trabalho. G20 Brasil . Disponível em: <https://www.g20.org/pt-br/noticias/impactos-da-inteligencia-artificial-no-mundo-do-trabalho>. Acesso: 11/5/2024.

Gonçalves, L. (2023a). Máquinas automáticas: Trabalho, mente estendida e subjetividade sob o fetiche da mercadoria. Tese de doutorado, PPGPS PUC-SP.

Gonçalves, L. (2023b). Cognitivismo neoliberal e datificação no trabalho de comunicação. In *Anais 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*.

Lelo, T.; Figaro, R. (2021). A Materialist Approach to Fake News. *Politics of Disinformation: The Influence of Fake News on the Public Sphere*, p. 23-34.

Marx, K e Engels, F. (2007). *A ideologia alemã*. Boitempo Editorial.

Silva, V. F. da. (2009). Extração de preferências por meio de avaliações de comportamentos observados. PhD Thesis, Universidade de São Paulo.

Sohn-Rethel, A. (1978). *Intellectual and manual labour*. H. Press.

Srnicek, N. *Platform capitalism* (2017). John Wiley & Sons.

Stanford Graduate School of Business. (2017, February 2). Andrew Ng: Artificial intelligence is the new electricity [Video]. YouTube. <https://encurtador.com.br/j8MK7>.

Van Dijck, J. (2017). Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. *MATRIZES V.11 - Nº 1 jan./abr.* p. 39-59.

Vieira Pinto, Á. (2005). *O conceito de tecnologia*. Contraponto.

Vigotsky, L. S. (2004). *Teoria e método em psicologia*. Martins Fontes.

Zuboff, S. (2021). *A Era do Capitalismo de Vigilância*. Rio de Janeiro: Intrínseca.