

# HUMANO E OU VS MÁQUINA

Karen Beatriz Herculano Muniz<sup>1</sup>, Profa. Dra. Andrea Funchal Lens<sup>2</sup>  
Ciências Sociais e Jurídicas, Centro Universitário FEI  
uniekmuniz@fei.edu.br, afunchal@fei.edu.br

**Resumo:** Este artigo busca incentivar o debate sobre a relação entre humanos e máquinas, a partir da perspectiva da análise da linguagem. Foram analisadas as expectativas e inquietações dos indivíduos que trabalham diretamente com máquinas, por meio da aproximação crítica com seus discursos, coletados por entrevista estruturada, além de jogarmos luz nos aspectos sociais de suas falas, amparados especialmente pelos conceitos cunhados por Zygmunt Bauman em sua obra “Vida para o consumo”.

## 1. Introdução

Refletir acerca da interação entre humanos e máquinas é imensamente importante, dado o papel cada vez mais presente da tecnologia no dia a dia da sociedade, atravessando e afetando todas as áreas da vida do sujeito nela inserido. Por esse motivo, é fundamental discutir o relacionamento complexo entre humanos e máquinas e, aqui, analisamos a relação a partir do relato de sujeitos diversos em relações diversas estabelecidas com máquinas e tecnologia. Procuramos investigar os elementos que compõem essa cena em constante mudança e considerar as implicações culturais, sociais e psicológicas resultantes.

O objetivo final deste estudo é aprofundar a discussão dessa trama complexa, fornecendo reflexões que fomentem o debate. A metodologia utilizada foi de caráter qualitativo, por meio de entrevista estruturada, transcrição e análise dos discursos coletados, proporcionando uma visão realista do impacto das experiências e perspectivas dos sujeitos aqui retratados.

Nos aproximaremos de conceitos do sociólogo Zygmunt Baumann, como síndrome cultural, controle do consumidor e *Homo Consumens*. O autor nos incentiva a refletir sobre como a busca constante por novidades moldam a sociedade moderna. Além disso, é imprescindível citar que à medida que progredíamos na análise das narrativas de nossos entrevistados voluntários, fomos capazes de evidenciar as ligações entre os conceitos de Bauman e as experiências de vida que esses indivíduos compartilharam.

A contribuição desse estudo está centrada em agregar valor para a discussão acerca da interação entre sujeito e tecnologia, para além da parte técnica. Ademais, tendo em vista a preocupação cada vez mais crescente com qualidade de vida e saúde, física e mental, podemos concluir que este estudo agregará à discussão.

## 2. Metodologia

A metodologia utilizada foi de caráter qualitativo, por meio de entrevista estruturada, transcrição e análise dos discursos coletados, proporcionando concretizar os conceitos nas experiências e perspectivas dos sujeitos aqui retratados. Entrevistamos funcionários envolvidos na relação com máquinas e tecnologia dentro do Centro Universitário FEI, tomando contextos de trabalho

diversos como modelo de compreensão dessa relação e de seus desdobramentos de forma mais abrangente e diversa. Os entrevistados desempenham diferentes atividades, em diferentes níveis econômicos, etários, sociais, dentro do contexto laboral da universidade.

O eixo condutor das entrevistas foi um questionário contendo oito perguntas, tais como: O que você sabe sobre Inteligência Artificial? Poderia defini-la? Como você se sentiria em trabalhar com máquinas autônomas?, Como você se sente sobre o avanço no protagonismo das máquinas no mercado de trabalho?, Como você enxerga a relação entre máquinas e humanos no futuro?, Você tem medo de ser substituído por máquinas? De forma hipotética, caso isso acontecesse, qual seria a alternativa? As entrevistas foram gravadas com o consentimento dos entrevistados e, posteriormente, transcritas para a interpretação e análise textual.

## 3. Resultados

Iniciemos a exposição das aproximações entre o discurso do entrevistado, categorizado aqui como P1 – Professor 1, e os conceitos de BAUMAN em “Vida para o Consumo” (2022).

P1: “Pois é, eu, assim... bom, o contato que eu faço, eu...eu comecei a usar o WhatsApp meio na marra, tá? (risos) Foi, porque o meu celular não...não cabia muito e não entrava aquele negócio, e aí, o meu celular, aí eu sempre joguei celular quando ele dava pau...final, né. Morreu, aí eu trocava de celular...aí eu falei, bom, tá, vamos lá...agora eu vou comprar um que dá pra gente ver o WhatsApp, aí eu instalei o WhatsApp, comecei a usar o trem... bom, o resultado foi que a partir dali, o próximo celular quando ele não conseguia mais atualizar o WhatsApp, eu falei cara...eu vou trocar o celular. Porque, antes, o celular ainda tinha condição de uso, mas...você entendeu? Já não rodava mais o WhatsApp na versão nova, então, é, veja, você...você vai agregando as coisas, mas eu acho que esse é o processo que a gente tem que fazer, por experiência, entendeu?” Durante a entrevista do participante, no trecho transcrito acima, ele narra sobre como a sua relação com a tecnologia foi iniciada, utilizando-se da expressão “na marra”. Tal trecho foi selecionado, pois se conecta diretamente com o conceito de *síndrome cultural* cunhado por Zygmunt Bauman. De acordo com o autor, “a síndrome cultural consumista degradou a duração e elevou a efemeridade. Ela ergue o valor da novidade acima do valor de permanência” (BAUMAN, 2022, p. 111), ou seja, o indivíduo inserido nesse sistema social é compelido a seguir as tendências para que se encaixe nele, se sentindo pertencente. Ainda segundo Bauman (2022), a cultura consumista surgiu na sociedade moderna e incentiva o acúmulo material exacerbado como construção de identidade do indivíduo, o que interfere diretamente no status e

satisfação pessoal de cada indivíduo dentro da sociedade.

P1: *“Porque o brasileiro, eu comparo com um índio que recebeu um espelho. Ele não precisava de espelho porque um pintava o rosto do outro, né. Não precisava de espelho, precisava alguma coisa ia lá olhar no... no reflexo do... do curso d'água, mas o espelho para ele foi uma coisa maravilhosa, que ele nunca tinha visto, ele achou muito legal. E o celular virou uma coisa maravilhosa, que a gente nunca tinha visto, e achou muito legal (risos). E a gente descobriu a rede social, e a rede social tinha um monte de piadinha. Cara, que coisa maravilhosa! Eu passo 11 horas, né, eu não, mas assim, as pessoas às vezes passam 11 horas vendo rede social e não usam o celular para poder, por exemplo, atender clientes, e tal. Isso demorou para as pessoas começarem a entender que o WhatsApp poderia ser algo de uso comercial, poderia ser algo que/demorou aqui no Brasil. Então, eu acho que, assim, esse é o contexto, percebe?”* Prosseguindo na entrevista, o professor faz uma analogia perspicaz entre a dinâmica brasileiro-tecnologia e a dinâmica colonizadores-autóctones, especialmente quando lhes foram dados espelhos no início do processo colonizador português, pois o desconhecimento do que é novo traz à tona a curiosidade e, portanto, o fascínio, por vezes, irracional. Esse é o fascínio que permeia a sociedade nos dias atuais, fazendo as nossas mentes buscarem incessantes novidades e estímulos, em constante insatisfação com o que se estende e se prolonga no tempo. Estas são as características do *Homo Consumens*, neologismo do latim para “homem consumidor” (BAUMAN, 2022, p.127), que é um indivíduo que encontra um senso de pertencimento e significado no ato de consumir. Esse ato de consumir não precisa ser necessariamente sobre um produto, mas pode também ser sobre um serviço ou uma experiência, por exemplo. Perante esse conceito, podemos constatar que a cultura do consumismo afeta tão profundamente a vida das pessoas na sociedade contemporânea que o ato de consumir confere a cada pessoa uma identidade, a partir e por meio das suas escolhas de consumo.

P1: *“A gente já tava, já faz anos isso, já faz pelo menos uns 10 ou 15 anos, que a gente foi fazer uma palestra, era um projeto que era feito...tinha com quatro colégios, e que eles desenvolviam projetos, é...projetos da...área de mecânica, que construíam carrinho, produzir um combustível é...bio diesel, um biológico, né, é...enfim, tem algumas vertentes desse projeto, e aí, eu fui lá apresentar uma...uma palestra, e tal. Mas, enfim, depois que teve uma palestra, é... minha e já tinha outros colegas também a apresentar, aí começaram as arguições, as perguntas dos alunos, tal, e teve um aluno que, assim, me tocou profundamente. E ele chegou e disse assim: “Olha, eu queria fazer... telecomunicações, aí, tem um, sei lá, tio ou...que mora nos Estados Unidos, e que era físico, e tal, ele falou assim: “Não, você tá fazendo comunicação você vai ficar estudando elétrica”, eu acho, alguma coisa assim ligada “Ah, você vai ficar estudando esse negócio, vão ficar te ensinando lá como é que é a corrente elétrica passa no fio, tal, daqui a pouco não vai ter mais fio, vai*

*ter tudo sem fio, pra que que você vai ficar estudando isso aí? Não estuda isso, não” e aí, o que que é que esse efeito né, é... trouxe para o jovem? Ele chegou, e falou assim: “Então, agora eu não sei o que eu faço mais, porque se o que eu vou estudar vai sumir, para que que eu vou estudar?” aí, o professor teve que falar: “Não, mas tem conceitos envolvidos ali, se você não tiver transmitindo por fio, a gente vai transmitir por onda, mas tem um conceito básico de como a transf/informação é transferida, transmitida, tal, isso aí continua tendo valor, você tem que entender como é que esse processo acontece, e tal”, né, mas eu vejo que, assim, o que que eu enxerguei naquele jovem? Ele estava paralisado, diante de uma perspectiva mutante, que em 5 anos ele não ia saber mais o que estava acontecendo, e ele estava matriculado num curso que ele não sabia se ia ter função para vida dele ou não. E isso, eu acho que acontece com...com muita gente, e ele expressou isso, mas muita gente talvez sinta isso.”* Por fim, P1 narra uma história que revela a descrença de um jovem para com o valor do conhecimento num mundo que está em constante mutação. A ridicularização dos objetos do passado (BAUMAN, 2022, p. 127) e a busca pela satisfação das constantes e renovadas necessidades do presente, criadas a partir desse sistema social, são o que mantêm vivo a dinâmica do consumo.

#### 4. Conclusões

A dinâmica do consumo enfatiza a obsolescência e descartabilidade dos produtos e a “felicidade instantânea” (BAUMAN, 2022, p. 60), ou seja, os produtos são fabricados sob vida útil curta, para que haja a necessidade constante da renovação/nova-aquisição, o que a torna muito valorizada e significa não somente um novo bem adquirido, mas, sim, uma forma de preencher vazios emocionais, trazer satisfação temporária e aumentar o status do indivíduo na sociedade. Constitui-se, assim, uma identidade atrelada ao consumo. Tal reflexão busca evidenciar-se por meio da experiência dos sujeitos aqui retratados, da análise de seus discursos, não só no que tange aos seus mecanismos linguísticos, mas na valorização desses discursos como expressão de uma experiência social representativa e importante, sem a qual a relação homem e ou vs. máquina não pode ser plenamente apreendida.

#### 5. Referências

- [1] BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2022.

#### Agradecimentos

À instituição FEI pelo fomento à pesquisa, pelo apoio na coleta de entrevistas e excelente infraestrutura disponível para realização da IC. À docente Andrea Funchal Lens por todo apoio, acolhimento e paciência para com a pesquisadora.

<sup>1</sup> Aluno de IC do Centro Universitário FEI (Projeto com vigência de 02/2023 a 02/2024).

<sup>2</sup> Docente do Centro Universitário FEI (Projeto com vigência de 02/2023 a 02/2024).