

## A NATUREZA DA INFORMAÇÃO COMO VALOR, COMO TRABALHO, COMO LINGUAGEM E COMO MERCADO

### Diálogos críticos entre a Economia Política da Comunicação (EPC) e a Semiótica sobre a natureza da informação e da mediação<sup>1</sup>

Fernando OLIVEIRA<sup>2</sup>

<sup>1</sup> GT 6 –Teoria e Epistemologia da EPC

<sup>2</sup> Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), E-mail: [fjroliveira@uesc.br](mailto:fjroliveira@uesc.br)

<sup>3</sup> Grupo de Pesquisa em Comunicação, culturas e mídias (Coordenador).

### RESUMO

A realidade é sempre um dado bruto. Toda tentativa de compreensão da realidade é um exercício de apreensão ou apropriação do real, através da leitura da informação e do conhecimento envolvendo a esfera da mediação. Qual a natureza da informação e do valor a ela associado? O que é informação? Temos a visão da cibernética (Wiener), da termodinâmica dos sistemas (Bateson, Prigogine), da teoria matemática da informação, a noção da Semiótica e a leitura da EPC (Bolaño, 2000), (Dantas, 2022), quando ela adquire a forma mercadoria suscetível aos fetichismos no capitalismo de algoritmos e IAs. Convém, pois, indagarmos a própria natureza da informação que se apresenta à percepção do indivíduo. A realidade observada como objeto do conhecimento, apresenta-se em sua aparência como fenômeno ou *phaneron* ao sujeito da observação. Eis a informação em sua natureza fenomenológica. De outro lado quando o objeto observado apresenta-se em sua essência temos a informação em sua forma metafísica. A informação de natureza metafísica é inteiramente distinta da informação em sua natureza fenomenológica. Todavia, do ponto de vista da comunicação, estamos sempre diante de um exercício de apropriação e interpretação do real, quando lançamos mão de nosso repertório de signos e símbolos para dar conta da leitura da realidade e ou do objeto observado. A interpretação que fazemos da realidade constitui verdadeiramente em um exercício de mediação e devemos estudar a natureza da informação como valor, como trabalho, como mercado e como linguagem, em seus contextos científicos, comunicacionais, culturais e simbólicos. **O objetivo desse trabalho consiste em investigar a natureza da informação** – como valor, trabalho, mercado e linguagem no contexto das relações sociais de reprodução do capitalismo atual como sistema hipercomplexo, passando em análise contribuições advindas da Semiótica - a semiose como processos signícos, cognitivos, envolvendo a mediação da linguagem da publicidade e da propaganda, e o fetichismo da mercadoria (Bolaño 2000) - para os determinantes da dominação capitalista (Oliveira; 2023). São reflexões em diálogos críticos entre as contribuições da Semiótica em sua relação histórica com a EPC para o estudo do fenômeno da informação, da linguagem, da mediação e da sociedade enquanto sistema em sua reprodução social, do trabalho como mercado e como linguagem (Rossi-Landi). Eis os desafios aos quais nos propomos, analisar a natureza da informação e do valor nas condições sociais de produção de valor vigentes, no universo do trabalho e as novas formas de subsunção do trabalho pelo capital. Os processos de comunicação e transmissão de informação são inseparáveis das condições sociais de produção, distribuição e consumo de mercadorias em nossos dias. Ao conceber cultura como informação a Semiótica dedica especial atenção aos sistemas de signos, símbolos e às linguagens, que orientam as transferências de informações no âmbito da sociedade, das culturas e demais sistemas complexos. Nas reflexões desse diálogo crítico entre a Economia Política e a semiótica vamos analisar a contribuição de Ferruccio Rossi-Landi, para quem a “reprodução da sociedade” é um sistema complexo

envolvendo processos de trabalho e linguagem em reprodução social, ao reproduzir a si própria como sistema.

### **PALAVRAS-CHAVE:**

Semiótica da informação; valor-informação; valor-trabalho; mercado e linguagem.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BOLAÑO, C. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Campo Aberto: Para a Crítica da Epistemologia da Comunicação**. Aracaju: Edise, 2015b.
- DANTAS, Marcos. **Semiótica da mercadoria: para uma introdução à economia política do signo**. Revista EPTIC, Vol. 20, nº 1, jan-abr, 2018.
- \_\_\_\_\_. & MOURA, D. & RAULINO, G. & ORMAY, L. **O Valor da informação. De como o capital se apropria do trabalho social na era do espetáculo e da internet**. São Paulo: Boitempo, 2022.
- FIGUEIREDO, Carlos. **Trabalho e linguagem: ontologia, mediação e discurso na Economia Política da Comunicação**. Revista EPTIC, Vol, 24, nº3. Set-dez, 2022.
- MARX, Karl. **Para a crítica da Economia Política**. In: GIANNOTTI, José Artur (Org.). Marx. Coleção Pensadores, v. XXXV, p. 108-263. São Paulo: Abril Cultural, 1974. Texto de 1859.
- \_\_\_\_\_. **O capital: crítica da economia política**. V. I, Tomo 1. São Paulo: Abril Cultural, 1983. Texto de 1890.
- OLIVEIRA, Fernando. **A mídia e a ordem sancionada**. Ibicaraí (Ba): Via Litterarum, 2023.
- PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977. Texto de 1931-1935.
- ROSSI-LANDI, Ferruccio. **A linguagem como trabalho e como mercado**. São Paulo: Difel, 1985.