

## MÍDIA E REPRODUÇÃO DA FORÇA DE TRABALHO<sup>1</sup>

André PFEIL<sup>2</sup>

<sup>1</sup>GT 6 - Teoria e Epistemologia da Economia Política da Comunicação

<sup>2</sup>Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense, [andrecavallo@id.uff.br](mailto:andrecavallo@id.uff.br).

### RESUMO

Ao fazer a discussão sobre o valor de uso das mercadorias da Indústria Cultural, Bolaño (2000) aponta que o trabalho de Alain Herscovici foi exitoso ao considerar que o valor de uso da mercadoria cultural está ligado ao seu valor simbólico. No entanto, com a evolução das tecnologias de comunicação digital tomamos como hipótese que o valor de uso das mercadorias da internet é mais do que a capacidade de entregar valor simbólico. São mercadorias que viabilizam muitos setores da vida. Assim, os dispositivos digitais tomam cada vez mais importância para o sujeito, sendo sua posse imprescindível no atual estágio de desenvolvimento capitalista.

Karl Marx (2013), trabalha com a ideia de reprodução da força de trabalho. Segundo o autor alemão, dentro do sistema capitalista o trabalhador recebe em troca por sua labuta, em tese, o valor necessário para a reprodução da vida tais como: alimentação, moradia, vestuário, etc. Em nossa hipótese, as mercadorias da comunicação digital podem fazer parte daqueles itens necessários para a reprodução da força de trabalho. Para verificar tal hipótese analisaremos o site para anúncio de empregos RioVagas,

Como reflexão teórica inicial, partimos de uma visão crítica sobre o que algumas correntes de pensamento chamam de midiaticização. As principais teorias vigentes são: 1) a institucionalista, representada principalmente por Stig Hjarvard (2014) e que trabalha com a ideia de midiaticização intensificada; 2) e a socioconstrutivista, cujos expoentes são Nick Couldry (2019) e Andreas Hepp (2020). Essas perspectivas, embora reconheçamos as suas valiosas contribuições, são criticadas por Francisco Rüdiger (2015) e Thales Lelo (2021).

Para Rüdiger (2015), a vertente institucionalista não considera o papel do capitalismo e coloca uma centralidade exagerada na mídia e a crítica feita para abordagem socioconstrutivista se baseia na centralidade que ela dá à análise da infraestrutura. Rüdiger problematiza o próprio uso do termo midiaticização, mas por acreditar que há falta de delimitação mais precisa do conceito. Thales Lelo (2021), por sua vez, concentra suas críticas à vertente socioconstrucionista. Para o autor, essa corrente superestima “a engenhosidade da agência humana no uso das tecnologias para a resolução

de problemas socialmente construídos” (p. 3). Além disso, essa corrente ignoraria contradições do processo, como a exploração do trabalho pelas plataformas digitais.

Dessa forma, entendemos que apesar das críticas, falta uma formulação marxista mais consistente no debate sobre mediação, não obstante Bastos (2020) apontar que a “perspectiva de dialética da mediação de André Jansson (2017) se constrói em diálogo com o materialismo cultural de Williams (1979)” (p.7 ). Além disso, a questão do trabalho mediado por plataformas já constitui campo de estudos de caráter interdisciplinar consolidado, que dialoga com esta pesquisa. Assim, o que será verificado no site RioVagas são os requisitos e exigências requeridos pelo mercado de trabalho no que se refere ao porte de dispositivos de comunicação. Esta pesquisa se propõe então a contribuir com seu grão de areia nesse tema, e acredita que um dos caminhos é refletir sobre mídia, reprodução da força de trabalho e anúncio de vagas de emprego.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASTOS, P. N. **Hegemonia e engajamento em contexto de mediação e plataformação**. Liinc em Revista, [S. l.], v. 18, n. 2, p. e6066, 2022. DOI: 10.18617/liinc.v18i2.6066. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/6066>.

BOLAÑO, César. **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

COULDRY, Nick and MEJIAS, Ulises. **The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism**. Stanford, Stanford University Press, 2019.

HEPP, Andreas. **Deep mediation**. New York: Routledge, 2020.

HJARVARD, Stig. **Mediação: conceituando a mudança social e cultural**. MATRIZES, São Paulo, v. 8, n. 1, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929>.

LELO, Thales Vilela. **A mediação em perspectiva crítica**. Galáxia (São Paulo, online), ISSN: 1982-2553. Publicação Contínua. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2553202148797>. Nº 46, 2021.

MARX, Karl. **O Capital**, Livro I. São Paulo: Boitempo, 2013.

RÜDIGER, F. **Os estudos de mídia e a problemática epistemológica da teoria da mediação – uma nova escolástica?** Intexto, Porto Alegre, n. 34, p. 745–769, 2015. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/58197>.