



COMUNICAÇÃO E O MUNDO DO TRABALHO E SUBJETIVIDADE

Profa. Dra. Roseli Aparecida Fígaro Paulino.

Professora da Escola de Comunicações e Artes da USP. Editora da Revista *Comunicação & Educação* (ECA-USP).

INTRODUÇÃO

Este artigo tem por objetivo discutir alguns aspectos que fundamentam a importância da categoria trabalho para se refletir sobre o campo da Comunicação.

A pertinência dessa preocupação justifica-se a partir da compreensão das mudanças que ora se dão na sociedade contemporânea, principalmente aquelas apontadas pela globalização, pelas novas tecnologias, pela reestruturação do mundo do trabalho e das relações que dele resultam. Esta compreensão poderá subsidiar iniciativas no campo da produção comunicacional nos seus mais diferentes aspectos, sobretudo aquelas relativas à qualidade de vida, democratização da informação, acesso e qualidade dos produtos culturais e do exercício da cidadania.

As transformações no mundo do trabalho

Aspecto que se quer destacar é como a categoria trabalho tem se mostrado bastante útil para a compreensão crítica da sociedade capitalista globalizada e para a apreensão de seus processos de mudança.

Esse fato pode ser verificado à medida que se tornou ainda mais imperiosa a necessidade de as empresas mudarem seus métodos de organização e controle do trabalho para que o capital possa continuar a expandir-se e a obter maior lucratividade. As grandes empresas transnacionais rompem as fronteiras dos Estados Nacionais, reorganizam a divisão do trabalho internacional,

interferem nas políticas dos Estados e instalam a supremacia da lógica da competitividade, constante atualização, eficiência e produtividade.

A produtividade, a aceleração dos tempos de produção (redução dos tempos mortos, que não acrescentam valor à mercadoria), a flexibilização da mão-de-obra e a apropriação do conhecimento científico e das tecnologias para a formulação de estratégias de planejamento, voltadas prioritariamente para o acúmulo de capital, têm causado resultados – tais como desemprego, desaparecimento de profissões, surgimento de novas; precarização da mão-de-obra, entre outros – que interferem na lógica da organização da sociedade, com reflexos na vida urbana, na significação das relações interpessoais, na relação das pessoas com a comunidade e com os bens culturais. Tais aspectos são, por si só, demonstrativos da relevância da categoria trabalho para o estudo das complexas mudanças que ocorrem na atualidade, bem como sua relação intrínseca com a vida cultural do conjunto da sociedade.

É necessário que se realizem mais estudos para se compreender como essas mudanças atuam concretamente no cotidiano, na subjetividade, construindo os sentidos do mundo do trabalho e como elas se manifestam na esfera do consumo cultural na recepção dos meios de comunicação.

As mudanças no mundo do trabalho se deram e se dão, principalmente, por dois fatores: a introdução de novas tecnologias e novas formas de organização e gestão do trabalho. Com a revolução microeletrônica, transformou-se o panorama dos instrumentos utilizados pelo homem como extensão de si para o controle da natureza. Historicamente, os avanços tecnológicos têm sido responsabilizados pela mudança do perfil do trabalho. Primeiramente, é preciso lembrar que as tecnologias não se desenvolvem autonomamente, elas são introduzidas no mercado de forma orientada e no sentido, pelo menos inicialmente, de atender a objetivos que visam à manutenção do *status quo*. E, ao serem introduzidas, podem gerar também novas formas de trabalho e de relações de trabalho e vice-versa, ou seja, novas relações de trabalho também geram novas necessidades e tecnologias. Ao gerar novas formas de trabalho, as tecnologias dispõem de maior ou menor número de força de trabalho para operá-las, colocando em marcha um conjunto de ações sociais que também levam a formas diferenciadas de organização do trabalho e da produção.

A introdução de novos métodos e paradigmas de gestão e organização da produção, especificamente das técnicas conhecidas como toyotismo – ou, como prefere Benjamin Coriat, ohnismo, referindo-se às técnicas introduzidas no Japão por Taiichi Ohno, engenheiro da divisão Têxtil da Toyota, nos anos 50, no pós-guerra –, vão desencadear maiores ganhos de produtividade na indústria, à medida que são métodos radicalmente diferentes do taylorismo/fordismo, pois têm como princípios a automação e a auto-motivação. Os princípios do método japonês baseiam-se na horizontalização da produção, na desespecialização e polivalência da mão-de-obra operária. Seus elementos fundamentais, sintetiza Gorender (1997: 315), são “a economia de escopo, as equipes de trabalho ou células de produção, o *just-in-time*”, o *kaizen* e o *kanban*¹². Ou seja, conforme afirma Coriat: “Seu traço central e distintivo, em relação à via taylorista norte-americana, é que em lugar de proceder através da destruição dos saberes operários complexos e da decomposição em gestos elementares, a via japonesa vai avançar pela desespecialização dos profissionais para transformá-los não em operários parcelares, mas em plurioperadores, em profissionais polivalentes, em ‘trabalhadores multifuncionais’”. E salienta mais adiante: “Este movimento de desespecialização dos operários profissionais e qualificados, para transformá-los em trabalhadores multifuncionais, é de fato um movimento de racionalização do trabalho no sentido clássico do termo. Trata-se aqui, também como na via taylorista norte-americana, de atacar o saber complexo do exercício dos operários qualificados, a fim de atingir o objetivo de diminuir os seus poderes sobre a produção e de aumentar a intensidade do trabalho”(Coriat, 1994: 53). Parece que o objetivo central continua sendo o de aumentar a intensidade do trabalho e, portanto, da extração de valor.

Assim sendo, as profundas mudanças que se dão no mundo do trabalho não vêm no sentido da superação da exploração da mão-de-obra e da distribuição social dos ganhos de produtividade. (Caso já bastante conhecido e que pode ilustrar o que se está afirmando são as

¹² *Kanban* é uma estratégia de gestão da produção que reorganiza os fluxos de abastecimento das linhas de produção a partir das encomendas, procurando reduzir os tempos mortos em sua extensão. *Just-in-time* é uma ferramenta da estratégia do *kanban*, diz respeito ao fluxo das entregas. Ambas são suportes do *kaizen*, que significa mudar para melhor, ou seja, a busca de mudanças contínuas que visem melhorar a qualidade e a produtividade dos produtos através da reorganização de fluxos de materiais e homens e da extinção do retrabalho. Ver sobre o assunto CORIAT, Benjamin. **Pensar pelo avesso**. O modelo japonês de trabalho e organização. Rio de Janeiro: UFRJ/Revan, 1994. GORENDER, J. *Globalização, tecnologia e relações do trabalho*. Estudos Avançados. v. 11, n. 29, jan./abr. 1997. p. 311-345.

condições de trabalho na região do Vale do silício, nos EUA.) Há, sim, uma profunda reorganização dos postos de trabalho, das funções, do perfil dos profissionais e, no que diz respeito à adesão do trabalhador à “missão” da empresa, requer do trabalhador repensar as formas de resistência na relação desigual entre capital/trabalho.

Fica explícito, então, que a globalização e a revolução tecnológica, entre outras transformações, estão intrinsecamente ligadas à centralidade da categoria trabalho seja na reorganização da empresa e das profissões, seja na desorganização advinda do subemprego, do trabalho temporário, do emprego autônomo etc., seja na reorganização da vida urbana, das práticas culturais do cotidiano, inclusive dos hábitos de consumo dos produtos culturais veiculados pelos meios de comunicação.

Assim, deve-se valorizar as ações que buscam a maior compreensão do que de fato acontece com as relações de trabalho e como estas relações atuam no conjunto das relações sociais; como os processos comunicacionais que se dão no mundo do trabalho conformam diferentes maneiras de ver e interpretar o mundo e orientam nossa compreensão sobre as transformações sociais em curso, principalmente porque hoje, mais do que em outros momentos históricos, a Comunicação adquire o caráter de ferramenta estratégica para o bom desempenho dos processos produtivos, bem como, sob a óptica do trabalhador, pode ser fator de resistência e realização do seu ser genérico, ou seja, da sua subjetividade.

Estudo de Recepção: e a questão do sujeito

Os Estudos de Recepção estão centrados em como se dão as inter-relações emissor/receptor e quais os fatores intervenientes nessa relação, bem como quais as formas de apropriação e ressignificação dos sentidos que circulam na pluralidade dos discursos sociais e que constituem o material simbólico tanto de emissores quanto de receptores.

A problemática dos Estudos de Recepção é a de tomar a comunicação como um campo no qual se dão múltiplas inter-relações. Para analisá-las, os Estudos de Recepção elegeram conceitos como cultura, subjetividade, cotidiano, mediações, hegemonia, circularidade dos discursos, entre outros que formam o arcabouço pelo qual se procura entender os processos comunicativos. Estes conceitos, para serem explicativos e possibilitarem a percepção de sua atuação na sociedade, para

serem vivos, dinâmicos, exigem que se estude a comunicação do ponto de vista do receptor, sem, no entanto, desprezar o entendimento dos processos de produção dos produtos culturais que os meios de comunicação veiculam e, principalmente, vendo a relação emissor/receptor no contexto mais geral da sociedade e das relações econômico-sociais em que elas estão inseridas. Entre esses dois pólos – emissor / receptor – existe a vida, imensa gama de inter-relações ativas que dão sentido, que se constituem ou não, com maior ou com menor peso, em fator de importância na constituição da subjetividade dos indivíduos/sujeitos da comunicação.

São esses aspectos que diferenciam a abordagem da comunicação como Estudos de Recepção das demais teorias. O ponto central em que diferem é, sem dúvida, o tratamento conceitual que dão ao receptor. A questão que se coloca, então, logo de início, é a de como definir e abarcar a subjetividade e a complexidade da categoria teórica sujeito na sociedade contemporânea e como, no nosso caso, o mundo do trabalho atua na formação dessa subjetividade.

Entende-se o sujeito social como um indivíduo singular, único, que se constitui inserido numa determinada época, num determinado espaço, num determinado conjunto de relações sociais, numa determinada época histórica, num determinado universo cultural. Ele é plural na medida em que se constitui da polifonia dos discursos que circulam na sociedade. E age polifonicamente. É um Ser ativo que produz sentido em relação ao mundo por ele vivido na filogênese e na ontogênese, ou seja, enquanto Ser resultado do processo histórico humano e enquanto processo de seu próprio tempo de vida. O sujeito não é um EU autônomo e autômato, livre no sentido de estar desligado do conjunto do que é a sociedade. O sujeito não é o EU fonte absoluta de significação, capaz de tirar e criar de si mesmo todos os sentidos.

Adam Schaff, analisando a concepção marxista de indivíduo, comenta a constituição do sujeito social: “O indivíduo é, em certo sentido especial, uma função das condições sociais. Surge, assim, como um produto da sociedade, na forma concreta em que existe a sociedade. Se as condições sociais são condições de classes, o que está condicionado pela forma de produção, então será o indivíduo um produto das citadas condições, condicionado pela classe a que pertence. Mas o problema não se restringe às grandes classes sociais: inclui, também, camadas, grupos profissionais e semelhantes, conforme a estrutura da sociedade e do papel que

determinado grupo desempenha em determinado período, sob determinadas condições. A concepção do indivíduo humano recebe, em consequência, uma forma sempre mais concreta, ligada com maior firmeza à sociedade, em suas diversas partes, dividida por determinadas condições” (1967:74).

Esse indivíduo social concreto objetiva-se e constitui sua própria subjetividade por possuir a característica de agir, de atuar sobre as condições dadas, transformando-as e transformando a si próprio. Sobre esse aspecto Schaff vai destacar o conceito de trabalho em Marx e como tal conceito relaciona-se com o de indivíduo. “O trabalho é a forma fundamental [da] atividade transformadora porque o homem cria, em oposição às forças míticas, algo de algo, e não do nada. O trabalho humano transforma a realidade objetiva e faz dela, assim, a realidade humana, isto é, o resultado do trabalho humano. Enquanto o homem transforma a realidade objetiva – sociedade e natureza – cria as suas condições de existência e se transforma a si próprio como espécie, na consequência. O processo da criação, do ponto de vista do homem, é, pois, um processo de autocriação. Por conseguinte, graças ao trabalho, nasceu a espécie *Homo sapiens*, que transforma e se altera graças a ele”(1967:76).

Mas se o trabalho é processo de autocriação, quando, no entanto, ele passa a ser regido por uma lógica que independe do sujeito que o realiza, este trabalho passa, no entender de Marx, a ser um meio de alienação do sujeito. É nos *Manuscritos econômicos-filosóficos* que Marx discute como o trabalho alienado do homem (trabalhador) que o produz resulta no produto privado pertencente ao capitalista. Para explicar como o trabalho alienado subtrai o trabalhador de si mesmo, Marx afirma que: “É precisamente na ação sobre o mundo objetivo que o homem se manifesta como verdadeiro *ser genérico*. Tal produção é a sua vida genérica ativa. Através dela, a natureza surge como a *sua* obra e a sua realidade. Por conseguinte, o objeto do trabalho é a *objetivação da vida genérica do homem*: ao não se reproduzir apenas intelectualmente, como na consciência, mas ativamente, ele duplica-se de modo real e intui o seu próprio reflexo num mundo por ele criado. Pelo que na medida em que o trabalho alienado subtrai ao homem o objeto da sua produção, furta-lhe igualmente a sua *vida genérica*, a sua objetividade real como ser genérico, e transforma em desvantagem a sua vantagem sobre o animal, porquanto lhe é arrebatada a natureza, o seu corpo orgânico.” Mais adiante Marx continua: “A consciência que o

homem tem da própria espécie muda-se através da alienação, de maneira que a vida genérica se transforma para ele em meio.”(Marx, 1993:165-166)

Se o trabalho alienado resulta da relação que o trabalhador tem com o objeto que produz para o capitalismo e se o trabalho alienado o afasta de si mesmo, enquanto ser genérico, intelectual e humano, reduzindo-o a um ser físico, voltado apenas à atividade vital de manter a existência física, então a vida, como afirma Marx, revela-se simplesmente como meio de vida e não como finalidade.

Ora, se o trabalhador subtrai-se a si mesmo na relação com o produto do trabalho alienado, ele próprio enquanto SER HUMANO vai procurar evadir-se dessa relação para reencontrar-se enquanto ser integral, genérico – caso contrário ele deixa de existir enquanto capacidade saudável para a própria reprodução. Ao buscar a evasão, este trabalhador encontra na sociedade capitalista uma série de produtos que lhes são oferecidos como possibilidade de realização de seu ser genérico. No entanto, a maior parte destes bens culturais que lhes são disponíveis pertence à mesma lógica. São produtos que resultam igualmente de processos de alienação do trabalho.

Este círculo que aparentemente parece vicioso só é rompido quando o trabalhador retorna ao mundo do trabalho e busca, no contexto da própria lógica da expropriação capitalista, reapropriar-se de seu saber, de seu SER trabalhador. Este momento de “reencontro” consigo mesmo, com seu ser genérico dá-se no próprio mundo do trabalho, mas dá-se não em totalidade, e sim como processo de conscientização. Dá-se como busca e luta pela sua integralização. Este SER trabalhador reencontra-se ao buscar controlar seu próprio trabalho, desenvolvendo uma profunda relação com aquilo que faz, tentando contrapor-se ao controle que lhe vem de fora, dos processos e mecanismos de organização do trabalho ditados pelo capital. É na esfera das micro-relações que o trabalhador busca manifestar sua totalidade de ser genérico. É exatamente neste interstício em que se mobilizam forças humanas com fins de organização e resistência à lógica do capital que se constroem as possibilidades de uma maneira particular e diferenciada de se relacionar com as coisas e os bens culturais da sociedade capitalista. Mobilizam-se os saberes cotidianos, a cultura particular, a memória familiar e comunitária para se proceder as “leituras do mundo” a partir do reconhecimento do mundo do trabalho como parte de seu SER trabalhador.

Quando se fala, a partir da óptica do capital, na reorganização e na reestruturação dos processos de trabalho isto significa, sem dúvida, transtorno para o trabalhador, na medida em que ele sofrerá para apreender, nesta nova ordem, quais as estratégias que tem de desenvolver para retomar o espaço de manifestação de seu ser genérico. Ou seja, ele também terá que alterar as maneiras de realização do trabalho, fazendo-o a partir de sua óptica, buscando as pequenas brechas, as fendas de onde ele buscará retirar fôlego para manifestar-se, expressar-se enquanto SER trabalhador. Esse processo de busca é constante e pode se dar de maneira mais ou menos competente na medida em que o próprio Ser trabalhador mobilize suas experiências e conhecimentos adquiridos ao longo de sua história de vida em prol da manifestação de sua subjetividade. Portanto, há um jogo de forças desproporcional, é verdade, que atua no sentido da alienação do Ser e no sentido de sua realização enquanto Ser genérico.

Estudos de Recepção e práticas culturais

No quadro de mudanças sociais, relativas principalmente ao mundo do trabalho, ganham proeminência os Estudos de Recepção, pois eles podem ajudar a compreensão do que se passa no processo comunicacional e como essa comunicação adquire sentido, valor, ao tornar-se conhecimento para o sujeito receptor.

Os meios de comunicação e as novas tecnologias, ao criarem maior facilidade de trânsito das informações e do conhecimento, possibilitam a transmissão da herança cultural de uma geração para outra, colocam à mostra os diferentes sentidos e as diferentes formas das expressões culturais que circulam na sociedade.

É a compreensão profunda das relações que se estabelecem entre cultura, linguagem verbal e cotidiano que nos permitem ver os produtos culturais veiculados pelos meios de comunicação não como documento frio, sem pontes e nexos com as tradições, costumes, modos de vida, aspirações daqueles que o produziram. Mas, como discursos que possivelmente revelarão os pontos de vistas dos enunciadores/enunciatários sobre os sentidos do trabalho na atualidade.

As inúmeras esferas dos acontecimentos da vida em sociedade requerem do pesquisador uma abordagem ampla e múltipla que permita entender o processo de comunicação nas suas ligações com o cotidiano, com o vivido, com o mundo do trabalho, mas também com a memória e as práticas sociais das diferentes culturas existentes na contemporaneidade.

Em um artigo de 1990, Martín-Barbero(1990:9-18) diz-se preocupado em entender os processos de recepção como práticas sociais que se articulam com as dinâmicas culturais e os movimentos sociais. Com base nesta preocupação vai tecer considerações sobre a necessidade de se romper com o discurso da racionalidade tecnológica – sociedade da informação – como motor explicativo das transformações históricas e sociais que vivemos; como também com o *mediacentrismo macluhiano* e o ideologismo althusseriano, pois ambos acabam por identificar a comunicação com os meios, isto é, estudando a comunicação a partir de como funcionam as tecnologias e os aparatos dos meios, relegando a importância do campo de estudo das práticas, dos contextos, usos e apropriações sociais que se dão no processo de comunicação. Critica, ainda, o *marginalismo* alternativo e a crença em uma autêntica comunicação que se produz fora da “contaminação tecnológica/mercantil dos grandes meios”, que vêem os meios de comunicação de massa só como instrumentos de desumanização e obscuro aliado do capitalismo.

Ao ressaltar as práticas culturais como espaço de interesse para o estudo da recepção, dá amplitude teórica aos termos que chamou de “lugares” de mediação, propondo como conceito chave para o seu estudo entendê-la em três dimensões: *socialidade, ritualidade e tecnicidade*.

Martín-Barbero define a socialidade como as tramas que formam os sujeitos e os atores em sua luta por “furar” a ordem e redesenhá-la, mas sem desconsiderar as negociações cotidianas com o poder e suas instituições. Destaca ainda que é na socialidade que se afirmam os múltiplos modos e sentidos nos quais a coletividade se faz e se recriam a diversidade e a polissemia da interação social. Já a ritualidade é vista como aquilo que nas práticas sociais concerne à repetição, à operacionalidade, ao ritmo, às rotinas que tornam possível a expressão de sentidos e ações dos sujeitos. E entende o fator técnica como a dimensão que, nas práticas sociais, articula a inovação à discursividade, ou seja, à competência de linguagem (1990: 12).

Estes conceitos propostos por Martín-Barbero podem ser articuladores importantes em uma pesquisa de recepção que busque entender, como o mundo do trabalho se constitui em mediação nos processos comunicacionais. Esta articulação entre socialidade, ritualidade e operacionalidade, construída a partir das práticas culturais e do cotidiano, revelará os sentidos do cotidiano de trabalho no qual se efetivam concretamente a luta pela retomada do Ser genérico do trabalhador, alterando a lógica do trabalho alienado que subtrai o sujeito de si próprio.

Concluindo, são estes os aspectos que estamos estudando na pesquisa que iniciamos, à medida que nosso objetivo é o de desvelar os sentidos que o trabalho efetivamente tem para os trabalhadores e como estes sentidos vão se constituindo nas práticas culturais cotidianas. Partimos da hipótese de que as relações que se dão no trabalho são as mediações privilegiadas na construção dos sentidos para a *leitura do mundo* e, portanto, para a recepção das mensagens dos meios de comunicação. Partimos também de que as práticas culturais que se dão no mundo do trabalho atuam para que o trabalhador altere a lógica do trabalho alienado.

BIBLIOGRAFIA

- ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 3. ed. São Paulo: Cortez/Edunicamp, 1995.
- _____. (org.) **Neoliberalismo, trabalho e sindicatos**. Reestruturação produtiva no Brasil e na Inglaterra. São Paulo: Boitempo, 1997.
- _____. *Globalização em debate*. Repercussão do processo na classe trabalhadora. **Estudos Avançados**. São Paulo: IEA-USP, v. 11, n. 29, jan./abr. 97. p. 368-371.
- BACCEGA, Maria A. *O campo da Comunicação*. In: CORRÊA, Tupã Gomes. **Comunicação para o mercado**. São Paulo: Edicom, 1995a. p.51-61.
- _____. **Palavra e discurso**. História e literatura. São Paulo: Ática, 1995b.
- _____. **Comunicação e linguagem** Discursos e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1988.
- BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**. O contexto de François Rabelais. 2. ed. São Paulo/Brasília: Hucitec/Edunb, 1993.
- BENJAMIM, Walter. **Obras escolhidas**. Magia e técnica, arte e política. v. I. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**. A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular**. Leituras operárias. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1973.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. Campinas: Unicamp, 1991.

_____. **Subjetividade, argumentação e polifonia**. São Paulo: UNESP, 1998.

BRESCIANI, Luís Paulo. *Flexibilidade e reestruturação: o trabalho na encruzilhada*.

Perspectiva. São Paulo, Fundação Seade, v. 11, n. 1, jan./mar. 1997. p. 88-97.

BRONNER, Stephen E. Da teoria crítica e seus teóricos. Campinas: Papirus, 1997.

CARLEIAL, Liana Maria da F. *Firmas, flexibilidade e direitos no Brasil: para onde vamos?*

Perspectiva. São Paulo, Fundação Seade, v.11, n.1, jan./mar. 1997. p.22-32.

CASTRO, Nadya Araújo de. (org.) **A máquina e o equilibrista**. Inovações na indústria automobilística brasileira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

_____. *Reestruturação produtiva, novas institucionalidades e negociação da flexibilidade*.

Perspectiva. São Paulo, Fundação Seade, v.11, n. 1, jan./mar. 1997. p.3-8.

CERTEAU, Michel de. **A cultura no plural**. São Paulo: Papirus, 1993.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência**. Aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1987.

_____. **Cultura e democracia**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 1989.

CORIAT, Benjamin. **Pensar pelo avesso**. O modelo japonês de trabalho e organização. Rio de Janeiro: UFRJ/Revan, 1994.

DEDECCA, Claudio S. *Brasil e México: economia e emprego*. **Perspectiva**. São Paulo, Fundação Seade, v.11, n. 1, jan./mar. 1997. p. 9-21.

DeFLEUR, Melvin L., BALL-ROKEACH, Sandra. Teorias da Comunicação de massa. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

FÍGARO PAULINO, Roseli A. **O discurso da imprensa sindical: formas e usos**. São Paulo: CCA-ECA/USP, 1993. (Dissertação de Mestrado)

_____. **Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação**. São Paulo: CCA-ECA/USP, 1999. (Tese Doutorado).

_____. *Comunicação na perspectiva dos estudos de recepção*. **Ética e Comunicação**. São Paulo: Fiam, n. 1, jan./jul. 2000. p.29-38.



- _____. *As mediações no mundo do trabalho*. In: MELO, José Marques, DIAS, Paulo da Rocha. **Comunicação, cultura, mediações**. O percurso intelectual de Jesús Martín-Barbero. São Paulo: Unesco/Umesp, 1999.
- GORENDER, Jacob. *Globalização, tecnologia e relações de trabalho*. **Estudos Avançados**. São Paulo: IEA-USP, v.11, n. 29, jan./abr. 1997. p.311-361.
- GRAMSCI, Antônio. **Obras escolhidas**. São Paulo: Martins Fontes, 1978.
- GRAMSCI, Antônio. **Escritos políticos**. Lisboa: [s.n.], 1977.
- HABERMAS, J. *Comunicação, opinião pública e poder*. In: COHN, G. (org.) **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1975. p.187-200.
- HABERMAS, J. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1994.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a História**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1989.
- HOGGART, Richard. **Utilizações da cultura**: aspectos da vida da classe trabalhadora. Lisboa: Presença, 1973. Ano III, n. 8, jan./abr. 1997. p. 19-22.
- HORKHEIMER, M., ADORNO, T. **Os pensadores**. São Paulo: Nova Cultural, 1991.
- IANNI, Otávio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.
- LEITE, Márcia de Paula. **O futuro do trabalho**. Novas tecnologias e subjetividade operária. São Paulo: Scritta, 1994.
- _____. *Inovação tecnológica e relações de trabalho: a experiência brasileira à luz do quadro internacional*. In: CASTRO, N. A. (org.) **A máquina e o equilibrista**. Inovações na indústria automobilística brasileira. São Paulo: Paz e Terra, 1995. p. 335-360.
- _____. *Qualificação, desemprego e empregabilidade*. **Perspectiva**. São Paulo: Fundação Seade, v. 11, n.1, jan./mar. 1997. p. 64-69.
- LOJKINE, J. **A classe operária em mutações**. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990.
- LOPES, Maria I. Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação**. Formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1990.
- _____. *Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção*. **Revista Brasileira de Comunicação**. São Paulo: Intercom, v. XVI, n. 2, jul./dez. 1993.



- LOPES, José Sérgio Leite. (coord.) **Cultura e identidade operária**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1987.
- MACCIOCCHI, Maria-Antonieta. **A favor de Gramsci**. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1977.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las practicas*. **Cuadernos de Comunicación y practicas sociales**. México, Universidad Iberoamericana, n.1, 1990. p. 9-18.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Comunicação plural: alteridade e sociabilidade*. **Comunicação & Educação**. Ano III, n. 9, maio/ago. 1997. p. 39-48.
- _____. **De los medios a las mediaciones**. 3. ed. México: G. Gilli, 1993.
- _____. *América latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: SOUZA, M. W. (org.) **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995. p. 39-68.
- MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Lisboa: Edições 70, 1993. (Coleção Textos Filosóficos).
- MATTELART, Armand y Michèle. **História de las teorías de la Comunicación**. Barcelona: Paidós, 1997.
- _____. **Comunicação mundo**. História das idéias e das estratégias. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.
- MORAES, Dênis. (org.) **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. São Paulo: Letra Livre, 1997.
- NOVOS ESTUDOS CEBRAP. *Dossiê visões da globalização*. São Paulo: CEBRAP, n. 49, nov. 1997.
- OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. (org.) *Televidencia*. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva. **Cuadernos de comunicación y practicas sociales**. México: Universidad Iberoamericana, n. 6, 1994.
- _____. *La comunicación desde las practicas sociales*. Reflexiones en torno a su investigación. **Cuadernos de comunicación y prácticas sociales**. México: Universidad Iberoamericana, n.1, 1990.
- _____. *Medios, audiencias y mediaciones*. **Comunicar**. Revista de Educacion en Medios de Comunicación. Andalucia: Grupo Comunica, n. 8, mar. 1997.



PAULINO, Luís Antônio. *O novo mapa da indústria brasileira*. **Teoria & Debate**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, Ano 11, n. 38, jul./set. 1998. p. 41-47.

_____. *O Brasil no leito de Procusto*. **Perspectiva**. São Paulo: Fundação SEADE, v. 12, n. 3, jul./set. 1998. p. 54-61.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso** – Uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Edunicamp, 1988.

_____. **O discurso**. Estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 1990.

_____. *O mecanismo do (des)conhecimento ideológico*. In: ZIZEK, S. **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contra Ponto, 1996.

POSTHUMA, Anne Caroline, LOMBARDI, Maria Rosa. *Mercado de trabalho e exclusão social da força de trabalho feminina*. **Perspectiva**. São Paulo: Fundação Seade, v. 11, n.1, jan./mar. 1997. p.124-131.

PORTELLI, Hugues. **Gramsci e o bloco histórico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

REICH, R. B. **O trabalho das nações** – preparando-nos para o capitalismo do século XXI. 1991. [s.n.]

REVISTA DA USP. *Dossiê Sociedade de massa e identidade*. São Paulo: USP, n. 32, dez./fev. 1996/97.

ROSA, Maria Inês. **Trabalho, subjetividade e poder**. São Paulo: Edusp, 1994.

RUAS, R., ANTUNES, E. *Gestão do trabalho, qualidade total e comprometimento no cenário de reestruturação*. **Perspectiva**. São Paulo, Fundação Seade, v. 11, n.1, jan./mar. 1997. 42-53.

RÜDIGER, Francisco. *Comunicação e indústria cultural: a fortuna da teoria crítica nos estudos de mídia brasileiros*. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, vl. XXI, n. 2, jul./dez. 1998.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**. Globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1996.

SCHAF, A. **Linguagem e conhecimento**. Coimbra: Almedina, 1976.

_____. **O marxismo e o indivíduo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967

SOUSA, Mauro Wilton. (org.) **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/ Brasiliense, 1995.



THOMPSON, E. P. **Tradición, revuelta y consciencia de classes**. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial. 2.ed. [s.n.] 1984.

WILLIS, Paul. **Aprendendo a ser trabalhador**. Escola, resistência e reprodução social. Porto Alegre: Artes Médicas, 1991.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

_____. **Los medios de comunicación social**. 2.ed. Barcelona: Península, 1974.

_____. **Cultura e sociedade 1780-1950**. São Paulo: Nacional, 1969.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 2. ed. Lisboa: Presença, 1992.