

13ª Mostra da Produção Universitária

Rio Grande/RS, Brasil, 14 a 17 de outubro de 2014.

A CONTRIBUIÇÃO DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DO NOVO SUJEITO DO TRABALHO

**LUZ, Amanda Ribeiro da.
TAVARES, Larissa Ferreira.
amandardaluz@gmail.com**

**Evento: 13ª Mostra da Produção Universitária
Área do conhecimento: Administração de Recursos Humanos**

Palavras-chave: novo indivíduo; mídia; perfil ideal.

1 INTRODUÇÃO

A flexibilização do trabalho modificou as exigências do mercado e trouxe algumas transformações aos indivíduos. Responsabilizado por sua condição de empregabilidade (BARBOSA, 2011) e condenado ao sucesso, o indivíduo novo do mercado de trabalho, necessita moldar-se às demandas exigidas, para sua sobrevivência. Esse recorre a informações que lhe possam ajudar na conquista por uma vaga de emprego. Nesse contexto, a mídia emerge como fonte disseminadora do “perfil ideal”, para futura inserção no mercado de trabalho. Considerando tais questões, e na tentativa de trazer uma reflexão sobre tais questões o presente estudo tem como objetivo analisar a contribuição da mídia na construção de um novo tipo de indivíduo, este advindo do contexto flexível vigente.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Marcado pelo empobrecimento do papel do Estado e pelo surgimento da flexibilização, o novo contexto do trabalho incide na formação da identidade e nas relações sociais dos indivíduos: o novo indivíduo do trabalho, ou “empreendedor de si mesmo” (BARBOSA, 2011). Submetido a um ambiente extremamente competitivo e restrito, esse indivíduo torna-se único responsável por sua condição de empregabilidade e sucesso. Com isso, o novo sujeito do trabalho imerge em uma constante e incansável busca por ser ou se aproximar, do perfil ideal desejado pelo mercado de trabalho, como forma de garantia de empregabilidade, de sucesso profissional, ou apenas para se distanciar do rótulo de fracasso (BARBOSA, 2011). Como resultado dessa busca, testemunha-se “um eu maleável, uma colagem de fragmentos, um constante vir a ser, sempre aberto a novas experiências – essas são as condições adequadas à experiência de trabalho de curto prazo, a instituições flexíveis e ao constante correr riscos” (SENNET, 2009, p.159).

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Buscando atender o objetivo proposto, utiliza-se nesta pesquisa uma abordagem predominantemente qualitativa a qual trabalha com interpretações das realidades sociais (BAUER E GASKELL, 2002). Os dados analisados foram secundários e compreendem a vídeos que dizem respeito a informações que sirvam de orientação para que se obtenha um resultado positivo em âmbito de seleção. Devido à quantidade de vídeos disponibilizados sobre o tema e a forte influência da Rede Globo no país, foram selecionados 13 vídeos do site brasileiro de notícias G1, mantido pela Globo.com, sob orientação da Central Globo de Jornalismo. A análise se deu através da técnica de análise de conteúdo, a qual compreende “um conjunto

13ª Mostra da Produção Universitária

Rio Grande/RS, Brasil, 14 a 17 de outubro de 2014.

de técnicas de análise de comunicações, que tem como objetivo ultrapassar as incertezas e enriquecer a leitura dos dados coletados” (GRZYBOVSKI E MOZZATO, 2011, p. 734).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos dados permitiu identificar relações entre a mídia e a construção de um novo indivíduo no contexto flexível vigente. Os vídeos analisados referem-se à conquista de uma vaga de emprego, tendo no conteúdo principal orientações e receitas.

Considerando os vídeos analisados, no discurso dos consultores de recursos humanos e nos depoimentos de indivíduos que buscam inserção no mercado de trabalho, identifica-se a disseminação de um perfil ideal a ser seguido e alguns aspectos particulares do novo indivíduo do trabalho. Notou-se que a composição do “perfil ideal” é decidida pela própria organização que efetuará a contratação. Em linhas gerais, o perfil desejado pelas organizações são indivíduos com capacidade de adaptação, inovadores, com visão sistêmica, que buscam satisfação profissional e responsabilizam-se pelo fracasso. Relações de curto prazo e mobilidade, também foram identificados em depoimentos e, refletem a semelhança com o novo indivíduo do trabalho que em constante busca por sucesso, não mede esforços para se moldar às exigências do mercado de trabalho.

O sentimento de fracasso fruto da não contratação em processos de seleção foi outro aspecto mencionado nos vídeos. A maneira a qual os consultores colocam o resultado negativo nos processos de seleção, faz com que o indivíduo internalize o fracasso, já que por não ser selecionado, acredita que há algo de errado em si próprio. Sobre isso, é importante destacar que os vídeos não só se utilizam de aconselhamentos, mas também, induzem os indivíduos a perceber e aceitar a verdade da organização para conquista de uma vaga de emprego.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio de um cenário flexível, nota-se um discurso de um novo perfil de indivíduo do mercado de trabalho, que é disseminado e impulsionado pela mídia e torna os indivíduos vulneráveis às imposições do mercado de trabalho e/ou organizações. Diante disso, estes, sem refletir ou, mesmo, questionar suas ações em busca de emprego, somente atuam, de acordo com o cenário, personagens e roteiro a qual são submetidos. Na sua luta por sobrevivência, satisfação profissional ou, apenas, distanciamento do fracasso, deixam de lado sua essência para dançar o ritmo linear das organizações, em que em cada passo perde-se uma parte de si e, sua “psique permanece num estado interminável de vir a ser – um eu jamais acabado”. (SENNETT, 2009, p.159).

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, A.M.S. O empreendedor de si mesmo e a flexibilização do mundo do trabalho. **Revista de Sociologia e Política**, vol. 19, núm. 38, febrero, 2011, pp. 121-140. Universidade Federal do Paraná. Brasil.
- BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Vol. Editora Vozes: Petrópolis, 2002.
- GRZYBOVSKI, Denize; MOZZATO, Anelise Rebelato. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 4, pp. 731-747, Jul./Ago. 2011.
- SENNETT, Richard. **A Corrosão do Caráter**. Editora Record. Rio de Janeiro – São Paulo, 2009.