



A PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO: OPERADOR DE TELEMARKETING

Jordan Rodrigues dos Santos¹
Sânia Nayara da Costa Ferreira²

INTRODUÇÃO

Desde o início dos anos de 1990 assistimos à nível mundial o aprofundamento do processo de reestruturação produtiva, sobretudo no cenário brasileiro, o qual realizou o incremento do uso de novas tecnologias para aumento da produção e redução de custos, bem como a racionalização do trabalho, isto é, de novas formas de gerenciamento do trabalho e da execução das atividades produtivas. Nesta nova organização do trabalho e introdução de novas tecnologias, incluem os Telemarketings e os teleoperadores, com os quais temos contato frequentemente através das múltiplas formas de vendas e atendimento a serviços à distância.

Neste cenário de precarização das relações de trabalho e no qual se relativiza e põe em dúvida a validade teórica e científica da categoria trabalho³, situamos a profusão dos denominados *Call Centers* e a existência do operador de telemarketing. Está dá forma a uma nova categoria de trabalhador, o infoproletariado, nos termos de Ricardo Antunes e Ruy Braga (2009). São trabalhadores que sofrem duro processo de exploração de sua força de trabalho atentando contra a sua saúde física e mental, bem como um setor que se configura como uma opção de emprego para as denominadas “minorias sociais”.

Conforme Ricardo Antunes (2005), as empresas e indústrias têm cada vez mais necessidade de imprimir uma “empresa enxuta”. Orientada pelas demandas do capital, a reestruturação produtiva dá forma à progressiva redução do trabalho vivo⁴, enfatizando

1 Mestrando no Programa de Pós-graduação em educação da Universidade Federal Fluminense (UFF) na linha de pesquisa Trabalho-Educação. É professor docente I - Secretaria de Estado de Educação. Universidade Federal Fluminense, Brasil. Endereço eletrônico: jordansociologia@outlook.com

2 Atualmente, associada ao Grupo THESE - Projetos Integrados de Pesquisa em Trabalho, História, Educação e Saúde (UFF-UERJ-EPSJV/Fiocruz) e Pesquisadora Auxiliar do Projeto de Pesquisa “Historiografia em Trabalho e o Pensamento Crítico: como se escreve a história da Educação Profissional”, coordenado pela Professora Doutora Maria Ciavatta. Universidade Federal Fluminense, Brasil. Endereço eletrônico: sanianayara@id.uff.br

3 Ver Ricardo Antunes (2005) e Gaudêncio Frigotto (2009).

4 Trabalho realizado pelo trabalhador, sobre o qual é protagonista e não acessório a uma dada maquinaria.



a utilização de trabalho morto⁵. Outro desdobramento desse processo se caracteriza por constituir a “sociedade dos descartáveis”, a alta rotatividade de mão de obra e a facilidade de substituição da mesma.

Outros fatores que contribuem para a precarização do trabalho, além dos supracitados, são: o discurso utilizado pelas empresas modernas pautadas pela qualificação, pela competência e a gestão do conhecimento, tornando-o ainda mais degradante. Esse discurso está intimamente ligado ao ideário da “empresa enxuta”, que aumenta a utilização de aparatos tecnocientíficos, diminuindo o trabalho vivo e ensejando o aumento da informalidade, terceirização, contratos temporários e jornadas de trabalho reduzidas (ANTUNES, 2005, p. 17-18).

O objetivo das pesquisas de Antunes (2005; 2009) foi analisar quais os aspectos do trabalho de telemarketing que contribuem para a sua condição precária que, por sua característica de ser desempenhado em carga horária reduzida ou “*part-time*”, impactando na remuneração do trabalhador; também possui consequências negativas, ocasionando danos mentais e físicos aos trabalhadores dados pelas contingências e pressões vividas pelo operador de telemarketing num *Call Center*.

METODOLOGIA

Para realização deste texto utilizamos como metodologia de pesquisa a revisão de literatura acerca do objeto em questão: precarização do trabalho de telemarketing. Neste sentido, perquirimos parte da bibliografia sobre o tema, realizando a análise das categorias utilizadas para situá-lo e caracterizá-lo historicamente, tendo como base o materialismo histórico dialético, segundo o qual nenhum fenômeno pode ser compreendido isoladamente, pois é resultado do momento histórico, econômico, social e cultural que o circunscreve (MARX, 1982; CIAVATTA, 2015) e a história como produção social da existência (MARX; ENGELS, 2007; CIAVATTA, 2012 [Historiografia em Trabalho e Educação e o Pensamento Crítico – Como se escreve a história da Educação Profissional]).

A partir das fontes secundárias indicadas, identificamos os processos pelos quais os operadores de telemarketing se constituem como uma forma de trabalho precarizado e danosa em níveis físico e psicológico para o trabalhador. Nos termos de Vieira e Silva

5 Trabalho realizado pelo trabalhador subsumido ao maquinário industrial, ao incremento tecnológico, pelo qual perde sua autonomia.



(2016, p. 5):

Descrevendo o desgaste na jornada diária da atendente de telemarketing, Antunes (2011, p. 132) indica que elas “ficam quase todo o tempo de trabalho sentadas, coladas ao visor do microcomputador e ao teclado, sob rígida vigilância das supervisoras, que exigem sempre maior produtividade e controlam o tempo médio de atendimento das trabalhadoras”, em relato similar aos de Jessé de Souza (2012, p. 64) e de Christophe Dejours (1992, p. 102-103) que retrata o já mencionado método utilizado para gerar produtividade mediante pressão e tensão nervosa.

Assim, mais especificamente no Brasil, o processo de flexibilização das relações de trabalho, de terceirização, e o aumento da informalidade (que na realidade brasileira considera contratos de trabalho que não obedecem à legislação social de proteção aos trabalhadores), ampliando a precarização do trabalho, constituem importantes instrumentos para burlar a legislação trabalhista brasileira. A ampliação do setor de telemarketing e das empresas de tecnologia da informação são exemplos desse processo, de modo a fomentar a precarização do trabalho.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ricardo Antunes (2014) realiza uma breve análise do contexto de mudanças nos modos de produção e de acumulação do capital a partir de meados dos anos 1980, sobretudo na década seguinte, como refletiram na compreensão da categoria do trabalho, como o desenvolvimento tecnológico veio a colocar em risco a validade teórica da categoria trabalho, propalada, sobretudo, nos países do norte cujas realidades são diversas e muito díspares no que diz respeito aos países denominados do “sul”, menos industrializados e desenvolvidos numa relação de dependência tecnológica e de subordinação aos países do norte no que concerne a divisão internacional do trabalho. Neste sentido, trata-se de uma concepção eurocêntrica da categoria trabalho uma compreensão limitada do que é o proletariado, conforme explica Antunes (2005, p. 24-39).

Os pressupostos e a lógica do taylorismo e do fordismo unidos à “pragmática” da produção flexível e as novas técnicas gerenciais de organização, a apropriação do trabalho e da captura da subjetividade do trabalhador desenvolvidas pelo Toyotismo, introjetando



uma nova forma de ser do trabalhador, contribuíram para fortalecer esse novo paradigma de um suposto “adeus ao trabalho”.

Neste contexto aparece uma nova categoria de trabalhadores, chamados, conforme Antunes e Braga (2009), de infoproletariado. Trata-se de trabalhadores que vendem sua força de trabalho e têm como principal ferramenta de trabalho um aparelho de computador ou outro equipamento informacional como, por exemplo, um celular ou similar; máquinas que estão em processo de expansão em sua utilização e aplicação no mundo do trabalho, conforme Antunes (2010). O autor cita duas categorias desses trabalhadores: os que atuam na indústria de *softwares* e os que atuam no telemarketing.

Caracteriza como funções que possuem, por conta da pressão e exploração associada aos baixos salários, uma alta rotatividade. Além disso cabe ressaltar um dado importante que diz respeito ao gênero e à identidade de gênero, bem como ao perfil de profissionais que atuam nas centrais de *Call Center*, é que 70% deles é composto por mulheres e uma parcela muito significativa composta por homossexuais (ANTUNES, 2010; SILVA, 2013).

Verifica-se a incidência de doenças como, por exemplo, lesão por esforço repetitivo (LER), além de outros efeitos nocivos à saúde deste trabalhador tais como: estresse, problemas emocionais, cansaço físico e mental, dores nos olhos, problemas de postura, agressividade.

Dejours (apud VIEIRA; SILVA, 2016) destaca a “tensão nervosa”, caracterizada pelo estresse do trabalho ocasionado pelo interlocutor do atendente de telemarketing. Desdobra-se desse contexto a estratégia de, inclusive como forma de dissipar a tensão e evitar reações agressivas, encerrar o seu atendimento de forma rápida. Essa realidade é explorada pela gerência que comanda a central de atendimento com fins de melhorar os índices e metas de produtividade.

As características que permitem aproximar essa categoria profissional ao taylorismo e fordismo é o controle exercido sobre o desempenho desses trabalhadores e, principalmente, o controle do tempo de execução do atendimento realizado pelos mesmos. Ocorre a formulação de roteiros preestabelecidos; o sujeito executa ações formuladas e “pensadas” pela gerência da central. Além da referência taylorista fordista, possui componentes do Toyotismo: “ao mesmo tempo é um trabalho que sofre também os envoltórios oriundos da chamada produção toyotista tais como todos os mecanismos são possíveis para que se tente envolver o trabalhador dentro do ideário da empresa” (ANTUNES, 2010, p.1).



CONCLUSÕES

As leis trabalhistas que dizem respeito aos operadores de telemarketing, em nosso entendimento são desrespeitadas. Pois existe uma legitimação implícita, que escamoteia a realidade do ambiente de trabalho dos *Call Centers* e extrapola a competência das empresas. Ressaltamos que a carga horária de trabalho de um operador de telemarketing é de seis horas diárias, podendo chegar a oito horas diárias com as horas extras, e com uma folga semanal. Além disso, tem-se outro agravante, que é o afastamento do sindicato representativo da classe. Consoante Antunes (2010): “Há vários setores do telemarketing no Brasil cuja atuação sindical é completamente controlada pelas empresas, o que dificulta muito a situação dos trabalhadores”.

Trata-se de um trabalho individualizado, cuja atividade se limita a uma PA (Posto de Atendimento), contendo um computador, um telefone, uma mesa, uma cadeira edivisórias de madeira, para separar um operador de outro. Conta com a presença constante de um supervisor monitorando, cobrando resultados e rendimento produtivo com qualidade. Agrava-se a condição de trabalho desses operadores e seu modo de organização, uma vez que os tempos de intervalo/pausa são muito curtos (varia de cinco a vinte minutos) para alimentação e necessidades fisiológicas.

O contexto e o ambiente de trabalho no qual insere o trabalhador de telemarketing, compromete sua capacidade organizativa, demobilização e articulação política, pois nas palavras de Antunes (2010) “trata-se de um setor novo sem tradição sindical”. Possui uma rotina de trabalho acachapante, sobre pressão e salários extremamente baixos. Trata-se de uma atividade de trabalho caracterizada por uma forte individualização, cujas cobranças baseadas em metas de qualidade de atendimento e de produtividade, fomentam uma perspectiva meritocrática de modo a aproximar o operador de telemarketing ainda mais no universo ideológico da empresa (objetivos e valores). Além desses processos, um dado que aprofunda a vulnerabilidade do trabalhador em relação à proteção da legislação trabalhista é a institucionalização de uma política empresarial de afastamento dos sindicatos que representam a categoria.

Palavras-chave: Trabalho. Precarização. Operador de Telemarketing.



REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy. **Infoproletários: degradação real do trabalho virtual**. São Paulo: Boitempo, 2009.

ANTUNES, Ricardo. **O caracol e sua concha: ensaio sobre a nova morfologia do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2005.

_____. **Desenhando a nova morfologia do trabalho no Brasil**. Estudos Avançados, 28 (81), 2014.

_____. **Ricardo Antunes e novas formas de trabalho**. [06 de janeiro, 2010]. Rio de Janeiro: Blog de divulgação do Grupo de Pesquisa em Teoria do Estado e Globalização (GPTEG). S/d. Disponível em: <http://teoriadoestado.blogspot.com.br/2010/01/ricardo-antunes-e-novas-formas-de.html> - Acesso em abril de 2017.

_____. **Precarização do trabalho virtual do Call Center e da TI**. [15 de setembro, 2010]. São Paulo: Editora Boitempo. Entrevista concedida a Raquel Casiraghi. S/d. Disponível em: <http://www.boitempoeditorial.com.br/v3/news/view/907> - Acesso em abril de 2017.

CIAVATTA, Maria. **O trabalho docente e os caminhos do conhecimento: a historicidade da Educação Profissional**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

FRIGOTTO, Gaudêncio. A polissemia da categoria trabalho e a batalha das ideias nas sociedades de classe. **Revista Brasileira de Educação** v. 14 n. 40 jan./abr. 2009.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.

MARX Karl. Prefácio à contribuição à crítica da economia política. In: MARX, Karl. **Para a crítica da economia política; salário, preço e lucro; o rendimento e suas fontes**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SILVA, Dayana Gusmão da. *A inserção subalternizada dos Homossexuais no Mercado de Trabalho de Telemarketing no Município do Rio de Janeiro*. In. VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales. Buenos Aires: Universidad de Buenos, 2013.

OLIVEIRA, Sirlei Marcia de. *Os trabalhadores das centrais de teleatividades no Brasil: da ilusão à exploração*. In: ANTUNES, Ricardo, BRAGA, Ruy (Orgs.). **Infoproletários: degradação real do trabalho virtual**. São Paulo: Boitempo, 2009.



XII COLÓQUIO NACIONAL E V COLÓQUIO INTERNACIONAL DO MUSEU PEDAGÓGICO



26 A 29 DE SETEMBRO DE 2017

ISSN: 2175-5493

VIEIRA, Cainã Domit; SILVA, Lenir Aparecida Mainardes da. *Capital, Trabalho e Educação: da precarização do trabalho no telemarketing à emancipação humana*. In. Anais do X Seminário do trabalho. Trabalho, crise e políticas sociais na América Latina. Marília: UNESP, 2016.