



VI SEMINÁRIO INTERNACIONAL DO
PPGCS E XVIII SEMANA DE CIÊNCIAS
SOCIAIS DA UFU

**ESPERANÇAS E DESILUSÕES:
OS ECOS DE MAIO DE 68
50 ANOS DEPOIS**

**ANAIS DA XVIII SEMANA
DE CIÊNCIAS SOCIAIS DA
UNIVERSIDADE
FEDERAL DE
UBERLÂNDIA**



UFU
CAMPUS
ST. MÔNICA

DE 27 A 30
DE NOVEMBRO

Realização:



FICHA TÉCNICA

**Universidade Federal de Uberlândia
Reitor Prof. Dr. Valder Steffen Júnior**

Pró- Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação Prof. Dr. Carlos Henrique de Carvalho

Pró-Reitor de Graduação Prof. Dr. Armindo Quillici Neto

Pró- Reitor de Extensão e Cultura Prof. Dr. Hélder Eterno da Silveira

Chefe do Instituto de Ciências Sociais Prof. Dr. Edilson José Gracioli

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Prof. Dr. Diego Soares da Silveira

Coordenador do Curso de Ciências Sociais Prof. Dr. Luciano Senna Peres Barbosa

COMISSÃO ORGANIZADORA

Luciano Senna Peres Barbosa (COCIS)

Diego Soares da Silveira (PPGCS)

Ana Paula Nascimento (PPGCS)

Leidiane Lobo Albernaz (PPGCS)

Lucília Mendes de Oliveira e Silva (PPGCS)

Tayná Bonfim Mazzei Mazza (PPGCS)

Giovana Magalhães Martins (CACIS)

Dayana Alves Teixeira (Graduação CS)

Edilson José Gracioli (INCIS)

Edvandra Augusta Machado Pereira (INCIS)

Marilí Peres Junqueira (INCIS)

Lourival de Freitas (INCIS)

Nicemara Cardoso Silva (INCIS)

Thiago Marques (INCIS)

Núcleo de Pesquisa em Ciências Sociais (NUPECS)

Luís Augusto Meinberg Garcia (PET Sociais)

Maria Laura Succi Grego (PET Sociais)

Larissa Godoi Pereira (PET Sociais)

Maria Luíza Galdeano Damasceno (PET Sociais)

ORGANIZAÇÃO DOS ANAIS

Lucília Mendes de Oliveira e Silva (PPGCS)

Tayná Bonfim Mazzei Mazza (PPGCS)

Ana Paula Nascimento (PPGCS)

SUMÁRIO

O Contrato Intermitente e o *Exército Industrial de Reserva* de empregados formais, de Neuza Maria Moura Santos.....p.4

Desafio dado é desafio cumprido: a indústria cultural e o desafio enquanto entretenimento no *youtube.*, de Júlia Furtado de Almeida e Luís Augusto Meinberg Garcia.....p. 14

Adeus, Taylor? – Reconfigurações do controle do trabalho no capitalismo contemporâneo, de Gustavo Gabaldo Grama de Barros Silva.....p. 26

VI SEMINÁRIO INTERNACIONAL DO PPGCS e
XVIII SEMANA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
SOCIOLOGIA

O Contrato Intermitente e o *Exército Industrial de Reserva* de empregados formais

Neuza Maria Moura Santos¹

RESUMO

O mundo do trabalho no Brasil, assim como em escala global vem sofrendo alterações, em face da reestruturação produtiva do capital e das formas de apropriação da força de trabalho. Trabalhadores encontram-se submetidos às condições cada vez mais instáveis e precárias. A recente Reforma Trabalhista traz em seu bojo o Contrato de Trabalho Intermitente, legalização cruel de precarização social, sob o argumento de modernização e de geração de novos empregos. Nossa hipótese é que os empregos formais oriundos desta contratação estão levando à formação de um *exército industrial de reserva* de que fala Marx, à disposição da exploração do trabalho pelo capital e invisível, convenientemente, nas estatísticas governamentais.

PALAVRAS CHAVES: Contrato Intermitente, Precarização, Exército Industrial de Reserva.

¹ Graduanda em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Uberlândia.
E-mail: azuenmoura@gmail.com

1.INTRODUÇÃO

O que se passa no universo do trabalho atualmente no Brasil e no mundo nos permite suscitar que condições permitem, em plena era do capitalismo financeiro e sua permanente reestruturação, que a força de trabalho esteja em situações cada vez mais instáveis e precárias de trabalho. Este universo identificado já nos anos 90 pelo Sociólogo do Trabalho Ricardo Antunes, em “Adeus ao trabalho”² com a precarização estrutural do trabalho em escala global, a flexibilização a partir de desregulamentações, o que era regra na contratação do trabalhador como a formalização do vínculo empregatício indeterminado, a garantia do recebimento do salário e a jornada de trabalho integral caminham para a exceção. A ampliação do contingente de desempregados que lutam por um trabalho corre em paralelo com a redução do número de empregos plenos ofertados.

No segundo trimestre de 2018, conforme dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua-PNAD³: 27,6 milhões de brasileiros estão fora do mercado de trabalho: 13 milhões de trabalhadores estão desempregados, 6,5 milhões estão subocupados (trabalham menos de 40 horas semanais, mas gostariam de trabalhar mais), 3,3 milhões que podem trabalhar, mas não tem disponibilidade e 4,83 milhões deixaram de procurar emprego: são os desalentados. Embora estes dados sejam recentes, desde a década de 1990 o número de pessoas em busca de emprego vem aumentando no país, chegando ao ponto de ocupar em 2002 a quarta posição no *ranking* mundial, perdendo apenas para a Índia, Indonésia e Rússia; apesar de representar 3,1% da força de trabalho de todos os países, o Brasil possuía em 1998, 6,6% do desemprego mundial. (POCHMANN, 2006, p.60)

Ademais, nos informa Pochmann, o desemprego no Brasil apresentou mudanças substanciais nas últimas três décadas, uma vez que não é mais restrito de forma homogênea, como no passado recente, a grupo de jovens, mulheres, negros e trabalhadores sem qualificação. Tornou-se heterogêneo e complexo, atingindo, sem

² Ao abordar a precarização estrutural do trabalho, o autor refere-se principalmente à informalidade em sentido amplo, isto é, àquela que atinge trabalhadores que deveriam ter a Carteira de Trabalho assinada, mas não a tem. Encontram-se desprovidos de direitos trabalhistas e sociais decorrentes do contrato de trabalho informal.

³ Disponível em <https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/08/16/falta-trabalho-para-276-milhoes-de-brasileiros-aponta-ibge.ghtml>, acesso em 27/09/2018.

distinção, todos os segmentos sociais, independente de idade, raça, escolaridade e gênero, no entanto, mantendo-se mais elevado nas faixas mais baixas de renda.

Neste quadro de crescente e contínuo desemprego, consequência da reestruturação produtiva do capital no universo industrial, agroindustrial e, sobretudo de serviços, das baixas taxas de crescimento econômico e amparado em políticas neoliberais, surgem e expandem-se as formas precárias e extraordinárias de contratação da força de trabalho. Assim o trabalho autônomo, o trabalho na forma de cooperativas, a pejetização, a terceirização, o contrato a tempo parcial e o contrato intermitente, com baixas ou nenhuma remuneração e desprovidos da proteção jurídica trabalhista e social encontra um campo fértil a ser utilizado pelo capital, afrontando conquistas históricas da classe trabalhadora que, desprovida dos meios de produção, vive da venda de sua força de trabalho.

Algumas formas precárias de trabalho foram patrocinadas pelo Estado brasileiro na recente contrarreforma (assim nos referimos à Lei Ordinária que ataca o Princípio Constitucional do Valor Social do Trabalho) trabalhista como meio de flexibilizar a legislação, desregulamentando as relações de trabalho, sob a égide de que “formas modernas de contratação” passam a ser a solução devastadora, que esfacelou a Consolidação das Leis do Trabalho, para o enfrentamento do alto índice de desemprego estrutural.

A flexibilidade e a precarização desejadas globalmente pelo capitalismo, de forma incisiva, resumem-se na preocupação do sistema de exploração (base do trabalho assalariado) e a opressão/dominação que ele traz, em combater as formas protetoras do trabalho, utilizando a desregulamentação, como um acelerado meio de eliminação de empregos, aumentando a força de trabalho disponível e/ou aumentando a sua exploração. É uma manipulação ideológica que tenta mostrar o quanto benéfica é a flexibilização. (MÉZÁROS, 2006).

2.O CONTRATO DE TRABALHO INTERMITENTE

Sob o manto de modernizar as relações de trabalho e gerar empregos, a contrarreforma trabalhista introduziu, a partir de 11/11/2017, no ordenamento jurídico brasileiro o Contrato de Trabalho Intermitente, forma atípica de emprego, conhecido também como *zero hora* contemplando as regras para sua efetivação nos artigos 443 § 3, 452-A a 452-H da Consolidação das Leis do Trabalho.

Com tramitação em regime de urgência, sem a necessária construção do diálogo

social coletivo com amplos segmentos da sociedade, sobretudo de trabalhadores o Projeto de Lei do Executivo foi aprovado no Congresso Nacional. O Presidente da República, Michel Temer, em seu discurso⁴ proferido em 13/07/2017, durante a cerimônia de sanção da Lei 13.467/2017 no Palácio do Planalto expressou que “O que nós fizemos com a legislação trabalhista foi avançar”. Um avanço que retrocede mitigando direitos, desta forma foi imposto à força de trabalho uma falácia muito bem vinda à reprodução do capital autoritário, o “avanço” do Contrato Intermitente, assim expresso na lei:

Considera-se como intermitente o contrato de trabalho no qual a prestação de serviços, com subordinação, não é contínua, ocorrendo com alternância de períodos de prestação de serviços e de inatividade, determinados em horas, dias ou meses, independentemente do tipo de atividade do empregado e do empregador, exceto para os aeronautas, regidos por legislação própria. (Art. 443 § 3º da Consolidação das Leis do Trabalho).

Vários pontos de precarização podem ser apontados no que diz respeito ao contrato intermitente, bem como a insegurança jurídica acerca de 32 dispositivos legais que tiveram vigência pela Medida Provisória 808, editada em 14/11/2017 que chegou a receber mais de 900 emendas, que não foram analisadas pela comissão mista das duas Casas e teve seu prazo de vigência encerrado 23/04/2018, através do Ato Declaratório 22 do Congresso Nacional. Mas o que aqui nos interessa é que o período de inatividade, não interfere na continuidade do vínculo empregatício, isto é, ainda que a força de trabalho (exceto aeronautas) permaneça na inatividade sem perceber nenhum salário, ela será considerada empregada formalmente, com carteira assinada, até que o capital atuante em qualquer atividade econômica, segundo sua necessidade e conveniência empresarial, de quando e por quanto tempo a convoque para o trabalho, sendo então remunerado o tempo de serviço efetivo em que trabalhador está executando o trabalho e não o tempo à disposição, como ocorre no contrato de trabalho típico.

Segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados – CAGED do período de novembro/2017 a agosto/2018, a evolução das admissões de empregados

⁴ Disponível em <http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-planalto/discursos/discursos-do-presidente-da-republica/discurso-do-presidente-da-republica-michel-temer-durante-cerimonia-de-sancao-da-lei-de-modernizacao-trabalhista-palacio-do-planalto>, acesso em 27/09/2018.

contratados sob a modalidade de intermitentes (primeira coluna) e admissões totais (segunda coluna) foi a seguinte:

Meses	Contratação Intermitente*	Contratação Total*
Novembro/17	3.067	-12.292
Dezembro/17	2.574	-328.539
Janeiro/18	2.461	77.822
Fevereiro/18	2.091	61.188
Março/18	3.199	38.072
Abril/18	3.601	115.898
Mai/18	3.220	33.659
Junho/18	2.888	16.891
Julho/2018	3.399	47.319
Agosto/2018	3.996	110.431
Total	30.496	160.449

Tabela 1

Fonte: MTE Cadastro Geral de Empregados e Desempregados.

Disponível em pdet.mte.gov.br/caged.2018, acesso em 30/09/2018.

*Refere-se ao saldo admissões – demissões.

Analisando a tabela podemos observar que a evolução do número de contratações na modalidade de contratos intermitentes, em relação ao total das contratações, manteve-se mais estável, em nenhum momento ela foi negativa, ou seja, o número de admissões sempre superou o de demissões. Nos dez meses analisados constatamos que o saldo de intermitentes corresponde a, aproximadamente, 19% do saldo de todas as contratações, isto graças ao expressivo aumento das contratações verificadas no mês de agosto/18 na atividade econômica de Serviços. Se considerássemos até o mês de julho/18, o saldo de intermitentes corresponde a, aproximadamente, 53% do saldo de todas as contratações, uma porcentagem substancial.

O que nos importa apontar é que os números indicam a contratação de trabalhadores na modalidade de contratos intermitentes; no entanto, não há dados que informem se esses trabalhadores foram chamados pelo capital para o trabalho, ou seja, se perceberam salários. Ou se simplesmente mantiveram-se formalmente empregados, com Carteira de Trabalho assinada, sem qualquer rendimento.

O quadro nos incita a levantar a possibilidade, à primeira vista, de que a formalidade da Carteira assinada no contrato intermitente, pode revelar uma precarização em que a força de trabalho permanece à disposição do capital, sem nada receber, pois se não há trabalho, não há renda. É como se o risco inerente à flutuação da atividade econômica do capital - ter ganhos ou prejuízos – tenha sido transferido a quem só possui sua força de trabalho para vender e garantir suas necessidades de sobrevivência.

3.O EXÉRCITO INDUSTRIAL DE RESERVA

No modo de produção capitalista, a acumulação do capital sempre produz uma população trabalhadora supérflua relativamente, uma vez que a progressão do crescimento do capital constante é maior do que a progressão do crescimento da utilização do capital variável. Ou seja, a população trabalhadora ultrapassa as necessidades médias de expansão do capital tornando-se excedente. Embora relativamente supérflua, ela é condição necessária da acumulação capitalista e aparece nas crises dos ciclos industriais de forma aguda e nas fases de paralisação de forma crônica:

Ela constitui um exército industrial de reserva disponível, que pertence ao capital de maneira tão absoluta como se fosse criado e mantido por ele. Ela proporciona o material humano a serviço das necessidades variáveis de expansão do capital e sempre pronto para ser explorado, independentemente dos limites do verdadeiro incremento da população. (MARX, 1982, pp.733-734).

Para Marx o capitalista deseja com o incremento dos meios de produção, da produtividade e do trabalho extraordinário extrair a maior quantidade de trabalho de um número menor de trabalhadores (aumentando o exército de reserva), com o dispêndio do mesmo salário. Assim a principal função do contingente seria pressionar os níveis salariais dos trabalhadores ativos que se submetem à exigência do capital, conforme se apresenta o volume (expansão ou contração) de trabalhadores desempregados disponíveis no exército de reserva. É a lei da oferta e da procura, o despotismo do capital: números altos de desemprego pressionam tanto à redução de salários e o enfraquecimento da luta sindical, quanto às formas precárias de contratação da força de trabalho. Marx destaca as três formas em que se apresenta a superpopulação relativa: *flutuante* em que os trabalhadores são empregados ou desempregados de maneira cíclica conforme o aumento ou decréscimo da produção em face do incremento do capital constante e de novas formas de gestão empresarial; *latente* em que o trabalhador rural é expulso do campo para as

idades, geralmente em condições de pauperismo, pelo capitalismo do agronegócio que se apodera e penetra na agricultura e *estagnada* em que parte do exército de trabalhadores em ação encontra-se com ocupações irregulares ou na informalidade submetidas completamente à exploração pelo capital.

Abstraindo e atualizando o conceito de *exército de reserva* podemos estendê-lo aos 30.496 (dados da tabela acima) contratos, no período de novembro/2017 a agosto/2018, na modalidade de trabalho intermitente. Trata-se de uma força de trabalho que embora contratada com vínculo empregatício e carteira de trabalho assinada não sabemos se ela efetivamente trabalha. Por essa razão fazem parte de um *exército de reserva* legal, na forma *estagnada* da superpopulação relativa que o capital tem a seu dispor, para explorá-la quando desejar.

O Ministério do Trabalho, encarregado da divulgação de dados estatísticos do desempenho do mercado formal de trabalho, tem incluído nas estatísticas os trabalhadores intermitentes como geradores de novos empregos, sem saber sequer se eles receberam salários. O “avanço” na legislação trabalhista para o combate ao desemprego pode estar fazendo número nas estatísticas, mas é bem possível que a modalidade de contrato intermitente não está criando renda suficiente para a subsistência da força de trabalho, pelo contrário está criando insegurança social e acentuando a pobreza.

Tampouco o trabalho intermitente assegura acesso à seguridade social. O trabalhador que, na condição de formalmente empregado, não receber salário, ou recebê-lo em valor inferior ao Salário Mínimo vigente (piso de contribuição para a Previdência Social), não terá acesso ao sistema de Previdência e Seguridade como, por exemplo, auxílio-doença acidentário, salário-maternidade e contagem do tempo para aposentadoria. Enfim, não terão os empregos típicos, nem direitos trabalhistas (que podem alcançar a remuneração das férias e do décimo terceiro salário, nos casos em que o trabalhador venha trabalhar menos de quinze dias no mês) e nem seguridade.

O Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - CAGED do período de novembro/2017 a agosto/2018 nos informa que as atividades econômicas que mais contratam a modalidade intermitente são comércio, serviços, indústria de transformação e indústria de construção civil, segundo o gênero, a faixa etária e a escolaridade da força de trabalho:

	Homens	Mulheres	Até 29 anos	De 30 a 49 anos	1º grau	2º grau
--	--------	----------	----------------	--------------------	---------	---------

Nov./17	46%	54%	69%	28%	7%	86%
Dez./17	60%	40%	59%	36%	11%	83%
Jan./18	71%	29%	47%	44%	18%	75%
Fev./18	67%	33%	39%	49%	15%	79%
Mar./18	71%	29%	47%	44%	18%	75%
Abr./18	66,3%	33,7%	43,5%	46,3%	22,5%	70,3%
Mai./18	68,9%	31,1%	46,9%	44,2%	15,3%	75,4%
Jun./18	65,4%	34,6%	45,8%	45,5%	14,6%	77,2%
Jul./18	67,5%	32,5%	45,7%	45,1%	17,4%	74,3%
Ago./18	67,3%	32,7%	45,9%	45,2%	13,8%	75,8%

Tabela 2

Fonte: MTE Cadastro Geral de Empregados e Desempregados.
Disponível em pdet.mte.gov.br/caged.2018, acesso em 30/09/2018.

A tabela acima, nos ajuda a identificar o perfil do *exército de reserva* de empregados formais, contratados na modalidade de contratos intermitentes. Quanto ao gênero verifica-se a predominância de homens na contratação, exceto no mês de novembro/2017; quanto à faixa etária somente nos dois primeiros meses alcançou os mais jovens, nos meses seguintes alcançou as duas faixas igualmente; quanto à escolaridade, a expressiva maioria das contratações possui o segundo grau/ensino médio. Assim no *exército de reserva* estão à disposição do capital e totalmente a ele submetido, como uma forma de subutilização do trabalho, em sua maioria homens, na faixa etária até 49 anos, com o ensino médio completo. Números com tendência de crescimento regular e que, via de regra, não dependem da vontade da força de trabalho, que sabidamente preferia trabalhar na forma plena com uma jornada mínima de trabalho, típica, protetiva e remunerada de contratação, mas não têm escolha, face aos elevados índices de desemprego.

Trata-se de um processo de metamorfose da precarização histórica e estrutural do trabalho no Brasil e no mundo, reconfigurada visivelmente, a partir dos anos 2000. Presente de maneira inconteste na recente contrarreforma trabalhista, as características, modalidades e alcance dessa metamorfose transformou a precarização do trabalho em um processo mais cruel de regressão e com alcance mais profundo, pois está presente em todas as regiões do país, atingindo desde o trabalho informal, quanto os setores formais e

todos aqueles que vivem do trabalho: é a precarização *social* do trabalho nas palavras de Graça Druck⁵.

Este processo revela mudanças nos papéis dos diversos agentes do mundo do trabalho, em face da própria reestruturação produtiva, da instabilidade econômica com a mundialização do capital e, sobretudo das políticas neoliberais espoliativas implantadas mundo à fora e em particular no Brasil. Politicamente, o Estado exerce o papel de agente patrocinador do desmonte da relação de emprego socialmente protegida, conseguida com muita luta e avanços dos trabalhadores por direitos sociais, coesão sindical e solidariedade dos trabalhadores enquanto classe. Em nome de uma suposta modernização e da empregabilidade, ainda que precária e sem geração de renda suficiente, na forma degradante e de submissão a que é submetida a força de trabalho, o contrato intermitente foi contemplado no ordenamento jurídico brasileiro.

A precarização *social* do trabalho atinge, ainda de forma subjetiva, a vida pessoal e a saúde do trabalhador, uma vez que muito além de obscurecer os laços de pertencimento à integração organizativa da empresa, ele convive com a instabilidade no planejamento de sua vida, a angústia diária da perversa incerteza de ser convocado para o trabalho ou não, de poder contar ou não com o salário para o seu sustento, fatores que tendem a torná-lo vulnerável ao sofrimento e ao adoecimento psicofísico.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sob o argumento de promoção de empregos, os efeitos deletérios da contrarreforma trabalhista promovida pelo Estado em atenção aos interesses do capital, já aparecem na espoliação de direitos, da proteção social e no cruel desamparo da *classe que vive do trabalho*, mediante a precarização social.

Não há cidadania, sem o reconhecimento do valor social do trabalho, como fundamento constitucional da República manifesta em suas formas típicas de contratação, com a duração razoável da jornada de trabalho e consequente remuneração justa à força de trabalho, para sua subsistência com o fruto do trabalho realizado. O contrato de trabalho intermitente cai como uma luva à necessidade cíclica de sobrevivência do capitalismo, que

⁵ A Socióloga do Trabalho aponta que o caráter desta precarização está baseado na ideia de um processo que instala – econômica, social e politicamente - uma institucionalização da flexibilização e da precarização modernas do trabalho, marcadas pela visão hegemônica do capital global.

precisa de número elevado da superpopulação relativa na forma estagnada, composta além de desempregados, de empregados formais precarizados, cada vez mais dependente do sistema.

As políticas neoliberais adotadas pelo Estado, de forma a não regular as questões sociais, como as relações de trabalho e emprego, servem para desestabilizar o valor do trabalho digno e formal, ampliando as desigualdades sociais tão acentuadas no país. Nos seus primeiros meses de vigência, a contratação de trabalhadores na modalidade do contrato de trabalho intermitente, a princípio tem servido para tornar invisível um *exército de reserva* de trabalhadores que, embora formalmente contratados com vínculo empregatício seja um contingente à espera da exploração, conforme a conveniência do capital. Isso não é avanço, é retrocesso civilizatório.

5.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ANTUNES, Ricardo. Adeus ao Trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo, Cortez, 2011.

DRUCK, Graça. A precarização social do trabalho no Brasil, alguns indicadores. *In:* ANTUNES, Ricardo (org.) *Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil II*. São Paulo: Boitempo, 2013.

MARX, Karl. O Capital (Livro Primeiro, vol. II) – Rio de Janeiro: Ed. Difel, 1982(pg. 730-751).

MÉZÁROS, István. Desemprego e Precarização, um grande desafio para a esquerda. *In:* ANTUNES, Ricardo (org.) *Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2006.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Cadastro Geral de Empregados e Desempregados – CAGED. Disponível em: pdet.mte.gov.br/caged.2018. Acesso em: 30/09/18.

POCHMAN, Marcio. Desempregados do Brasil. *In:* ANTUNES, Ricardo (org.) *Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2006.

6.REFERÊNCIAS LEGISLATIVAS:

BRASIL. Consolidação das Leis do Trabalho – CLT e normas correlatas. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2017.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, Senado Federal, 1998.

VI SEMINÁRIO INTERNACIONAL DO PPGCS E XVIII SEMANA DE
CIÊNCIAS SOCIAIS

SEMINÁRIOS DE GRADUAÇÃO

SOCIOLOGIA

**DESAFIO DADO É DESAFIO CUMPRIDO: A INDÚSTRIA CULTURAL E O
DESAFIO ENQUANTO ENTRETENIMENTO NO *YOUTUBE*.**

Júlia Furtado de Almeida

Luís Augusto Meinberg Garcia

Resumo: O artigo tem como objetivo analisar os desafios realizados por trabalhadores *youtubers*, enquanto fruto da indústria cultural que Theodor Adorno e Max Horkheimer analisam, bem como praticantes de ações que se enquadram como rituais de sofrimento, percebidos por Silvia Viana. Nas novas formas de vida produtiva sob o neoliberalismo, é percebido que não há mais espaço para todos, sendo os trabalhadores, descartáveis. Desta maneira, cada vez mais são vistos indivíduos se submetendo a processos que arriscam suas vidas para poderem mostrar seu “diferencial” e, no caso dos *youtubers*, esses processos são publicados nas plataformas digitais para buscarem mais visualizações, *likes* e seguidores. Os desafios, que são realizados por pedido dos espectadores, são meios de atingir o prestígio na era da cultura de massas e é sobre este aspecto que o artigo foca em discutir. É aqui discutida a relação do indivíduo enquanto trabalhador, que investe em si como uma mercadoria, e, também enquanto consumidor conformado que dá visibilidade a tais atrocidades.

Palavras-chave: *Youtuber*. Desafios. Indústria Cultural. Rituais de Sofrimento. Trabalho. Consumo.

INTRODUÇÃO

A aposta do trabalhador em si mesmo é notada. O consumo “inútil” dos consumidores é notado. Assim, na era da indústria cultural, estamos submetidos ao poder do capital, sendo trabalhadores e consumidores. A sociedade capitalista extingue a cultura enquanto dimensão espiritual, criativa e não necessariamente cultural, convertendo-a em um produto de massa a ser consumido. Produto este que, segundo Adorno e Horkheimer, promovem a alienação dos indivíduos e aumentam a dominação de toda a indústria cultural e capitalista sobre os seres.

Imersos a este rio de águas de alienação, os indivíduos buscam relações objetivas e a realização pessoal, agindo cada vez mais racionalmente e estando em busca de uma finalidade em um mundo em que todos são tratados como seres que possuem as mesmas oportunidades no contexto do mundo do trabalho. Cada vez mais “obedientes” às estruturas da sociedade capitalista, renovada pela proposta neoliberal, nos vemos em um mundo em que tanto nosso sucesso como fracasso, são responsabilidades nossas, podendo se tornar algo sem sentido. Assim, precisamos, de alguma forma, encontrar uma razão nele, seja atuando ou consumindo.

Aqui discutiremos sobre as relações que trabalhadores *youtubers* promovem ao realizar desafios na internet. Os desafios, que geralmente são propostos por internautas para os *youtubers*, têm como finalidade fazer com que o segundo atue e realize ações inusitadas para serem reconhecidos por seu “diferencial” no trabalho. Exemplos disto são *youtubers* que colocam fogo em seu corpo ou arrancam um dente de sua boca sem ser anestesiado, recebendo em troca visualizações, “curtidas” e seguidores em seu canal – ou seja, maior prestígio e reconhecimento. Esses indivíduos possuem papel tanto passivo como ativo na indústria cultural, estando, de qualquer forma, participando da mesma. Portanto, nas linhas que seguem aqui, enxergamos duas classes: os consumidores destes desafios e os trabalhadores que produzem estas ações.

TRABALHADORES DESAFIADOS

Em meio ao mundo mergulhado à indústria cultural, encontramos os consumidores. Consumidores todos nós somos enquanto indivíduos presos a esta cultura

de massa e homogênea que se dissemina. Entretanto, há uma camada entre os consumidores e os produtores da indústria cultural. Adorno e Horkheimer ponderam que não há qualquer papel ativo dos consumidores neste contexto e nem concorrência entre os produtores da cultura de massa, pois todos têm o objetivo de reforçar os modelos e os padrões que devem ser seguidos. Diante disso, encaramos que enquanto classe de consumidores, existem aqueles indivíduos que possuem sim um papel ativo: o de investir em si mesmo.

Em um vídeo com uma compilação de diversos desafios que giram em torno do uso de uma geleia artificial, o *youtuber* a vende na rua, atea fogo, entre outros processos que descreveremos mais à frente. Neste vídeo, o *youtuber*, que há muito tempo não publicava vídeos resolvendo desafios, diz que “eu queria fazer alguma coisa diferente daqueles desafios de sempre, como ‘joga ovo na sua irmã’, ‘empurra sua mãe da escada’ [...] eu pensei: ‘gente, eu preciso de ser original’”⁶. Vemos um mercado corrente que foi criado na internet, em que os trabalhadores atuam e se vendem. Desta forma, os *youtubers* investem em si, concorrem entre si – apesar de venderem o mesmo produto com o mesmo conteúdo – e se vêem na constante cobrança de serem originais quanto aos seus desafios realizados. Neste mercado, a mercadoria são os seres humanos.

Essa concorrência se agrava, em termos históricos, com a passagem da modernidade, que atuava num modelo fordista de trabalho, para a pós-modernidade, que passará a pregar um modelo flexível de trabalho. O que antes se chamava “emprego”, agora se chama “projeto”. Nada mais é garantido e duradouro no trabalho, mas sim efêmero. A proposta neoliberal carrega a ideia de flexibilização do trabalho, em que se conta a maior eficiência e em consequência, promove maior concorrência entre os trabalhadores. Desta forma, os trabalhos não dão sensação de pertencimento do indivíduo para com seu trabalho, gerando um contexto de medo e insegurança, que leva à ação racional. Os trabalhadores devem ser empreendedores e provarem seu potencial com sua originalidade, ou seja, o modelo econômico transfere toda a responsabilidade de sucesso e fracasso ao trabalhador, e neste caso, ao *youtuber*.

Ao navegar pelo site da *web*, encontra-se uma grande diversidade de desafios realizados por inúmeros *youtubers*. Estes, assim como mostra Weber, agem racionalmente em busca de um fim. O número de seguidores em seus canais deve cada vez mais aumentar, igualmente suas visualizações, e este é o maior prestígio que podem receber,

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=pdYmT5d79_8&t=452s> 1:06 min. Acesso em: 12 dez. 2017.

sem contar infundáveis parcerias e patrocínios com marcas de diferentes produtos. No mesmo vídeo, o indivíduo se propõe a mastigar a geléia artificial⁷ e o faz em meio a caretas de desprezo e ânsias de vômito. É claro o sofrimento que o ser passa, e por isso, tais vídeos poderiam ser classificados como um ritual de sofrimento, que é referido pela socióloga brasileira, Silvia Viana, no contexto de que, segundo ela, “assistir a um reality show é testemunhar um apanhado de rituais absurdos, ditos e sabidos, realizados como se fossem a coisa mais natural do mundo.” (2013, p. 24), e os vídeos de desafio que se proliferam na internet não são diferentes, pois aqueles que se submetem a tal, se expõem, passam por horrores, sofrem, mas mesmo assim, acreditam precisar disto para continuar “vivo” no jogo da indústria cultural.

Em outro vídeo, de outro *youtuber*, o trabalhador é desafiado pelo público a ser picado por uma cobra. Ele, que aceita realizar, encontra uma cobra em um terreno e sem saber se o animal é venenoso ou não, ele é picado, filmado e publicado⁸. O risco de vida que se corre nesses desafios é muito grande, e, mesmo assim os indivíduos aceitam se submeter a tais atos. O entretenimento da indústria cultural promove a alienação, o fim do pensamento crítico e o congelamento da consciência tanto daqueles que trabalham para ela, bem como para os que a consomem. Por questão de sorte, a cobra que pica o indivíduo não era venenosa e ele não veio a ter problemas maiores.

Entretanto, houve um caso nos Estados Unidos da América, em junho de dois mil e dezessete, que em um canal protagonizado por um casal de uma mulher e um homem, em que estes estavam acostumados a realizar diversos desafios, aconteceu uma tragédia. Um dia antes, a mulher publicou em uma rede social, divulgando o vídeo que faria ao vivo com o marido, dizendo que “*Me and Pedro are probably going to shoot one of the most dangerous videos ever. HIS idea not MINE*”⁹. Tal publicidade gerou inúmeras curtidas, compartilhamentos e comentários de espera para ver o que estava por vir. A publicidade, que é hoje mais flexível devido às plataformas digitais, aguça o sentimento do consumidor que quer consumir. No caso dos desafios, quando mais repugnante e perigoso for, mais será consumido.

No que se segue, o desafio constituía-se na mulher que atirava com uma arma de fogo no marido, que segurava um livro em frente ao seu peito, na intenção de que este segurasse o disparo e não lhe causasse ferimento. A munição estoura tanto o livro, quanto

⁷ Idem. 6:56 min. Acesso em: 12 dez. 2017.

⁸ <<https://www.youtube.com/watch?v=oYvR5nPNNBg>> Acesso em: 12 dez. 2017.

⁹ <<https://twitter.com/monalisaperez5?lang=pt>> Acesso em: 12 dez. 2017.

o peito do homem. Ele morre no local enquanto estava sendo transmitido ao vivo por meio de outra rede social. A mulher foi presa e todos os registros daquele momento foram confiscados pela polícia local. O fato é chocante e mostra até o ser chega em seu limite para conquistar o prêmio por investir em si mesmo enquanto mercadoria. Aqui, os rituais de sofrimento que Viana descreve se torna cada vez mais claro. Desta maneira,

Para concluir, na exigência de entretenimento e relaxamento, o fim absorveu o reino da falta de finalidade. Mas, na medida em que a pretensão de utilizar a arte se torna total, começa a se delinear um deslocamento na estrutura econômica interna das mercadorias culturais. Pois a utilidade que os homens aguardam da obra de arte na sociedade antagonística é justamente, em larga medida, a existência do inútil, que no entanto é abolido pela subsunção à realidade. (ADORNO, HORKHEIMER, 1944, p. 32)

Assim, os indivíduos hoje trabalham para serem prestigiados por um fim sem finalidade e por utilidade inútil. Inútil no sentido de que, de nada está sendo criticado ao levar um tiro, ser picado por uma cobra ou mastigar uma geleia artificial. Pelo contrário, tudo está sendo alienado numa disputa que vale um vida.

Como ainda apontam os autores,

A indústria cultural realizou maldosamente o homem como ser genérico. Cada um é tão somente aquilo mediante o que pode substituir todos os outros: ele é fungível, um mero exemplar. Ele próprio, enquanto indivíduo, é o absolutamente substituível, o puro nada, e é isso mesmo que ele vem a perceber quando perde com o tempo a semelhança.” (Idem, p. 22)

Por esta maneira que os indivíduos se vêem numa vida sem sentido, sem esperanças e por isso disputam entre si quem é o melhor para encontrar um sentido na vida. A racionalidade, que perdura estas ações em meio à indústria cultural, visa um fim o qual na realidade não importa. Como mostram os autores, todas as mercadorias - neste caso, os youtubers - podem ser substituídos por alguém exatamente igual, mas mesmo assim continuam a praticar tais rituais, pois, só existem duas opções para os indivíduos, sendo participar ou omitir-se de tal cultura. Neste caso, enquadrados a participação como a busca pelo sentido em viver neste meio, e, realizar desafios horripilantes e publicá-los em seus canais em busca de visualizações e seguidores, seria uma saída.

CONSUMIDORES E A ILUSÃO DE DESAFIAR

A cena do *youtuber* arrancando um dente com um alicate não foi vista uma vez. Foi vista 6.414.150 vezes. Se atualizar a página em que está o vídeo, este número aumenta. Em menos de um minuto, mais de 5 visualizações são acrescentadas ao vídeo

postado em abril de 2017. O mesmo *youtuber* já queimou a própria língua em uma chapinha quente, colocou a mão em um formigueiro, deixou que seu pé fosse atropelado por um carro, quebrou uma garrafa de vidro na cabeça, colou a boca com cola potente, dentre os mais de 81 desafios postados em seu canal. O *youtuber* citado não é o único a realizar tais desafios, mas faz parte de um núcleo de entretenimento no *Youtube* que os realiza nos vídeos.

Os usuários de tal plataforma encontram nela um novo universo de infinitos canais e conteúdos. Parecem se sentir dotados de liberdade em selecionar qualquer um dos vídeos sem que haja restrição, e, ainda se inscrever em qualquer canal, obtendo um "plano de conteúdos" relacionados ao próprio interesse. Dessa forma, não há restrição de tempo – já que qualquer vídeo pode ser visualizado a qualquer hora – nem de quantidade de vezes em que é possível reprisar o vídeo. Não há limitação também à quais canais e quantidades de canais a se inscrever. Também não há restringimento econômico, ou seja, não se paga a mais por um conteúdo diferenciado.

A liberdade prometida pelo *Youtube* aos seus usuários é ilusória, e não passa de uma nova fantasia costurada em 2005, que continua a reproduzir incessantemente características de outras mídias e plataformas como rádio e televisão. Ou seja, em outras palavras, o *Youtube* aparece enquanto uma nova plataforma, um novo meio de se entreter, de aprender e de se informar, mas não é tão autêntico e original quanto aparenta. Apresenta características que o faz pertencer a uma indústria cultural, enquadrando seus diversos conteúdos em uma cultura de massa. Em vista disso, é preciso refletir sobre o interesse e engajamento dos observadores no núcleo de vídeos composto por desafios.

Neste núcleo, diversos vídeos são postados diariamente e assistidos pelos fãs. É corriqueiro um mesmo desafio ser realizado por diferentes canais e criadores de conteúdos – como são denominados os *youtubers*. Alguns desafios se forem acompanhados de uma *hashtag*, ainda podem gerar uma corrente em que todos querem participar ainda que a ela proponha algo muito incômodo ou perigoso. Fato é que muitas propostas viralizam totalmente, como, por exemplo, os desafios envolvendo a geléia artificial com 78.700 resultados de pesquisa no *Youtube* e o "desafio da coca-cola com mentos", com aproximadamente 23.000, dentre inúmeros outros.

Assim, independente do "criador" e do conteúdo, todos os desafios são extremamente parecidos, igual Adorno e Horkheimer propõe que “toda a cultura de massas é idêntica.” (1944, p. 2). Não é necessário encobrir, segundo os autores tal coisa:

"Os dirigentes não estão mais sequer muito interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente ele se confessa ao público" (Idem, p. 2). Assim como acontece no cinema, rádio ou televisão, os *youtubers* que realizam tais desafios não apresentam seus conteúdos como arte, pelo contrário, reafirmam que não o é, e os que assistem principalmente sabem que também não é, mas continuam a assistir. Assim, a autora de "Rituais de Sofrimento" Silvia Viana escreve em seu livro "[...] Quando Theodor Adorno e Max Horkheimer cunharam o tema "Indústria cultural", não apresentaram nenhuma novidade que os produtores já não afirmassem eles mesmos: A cultura é uma coleção de mercadorias." (2013, p. 18).

Viana ainda reflete a respeito da atitude de Boninho (diretor do BBB) com relação ao Slogan da rede globo, em que: "Quando o diretor afirma com todas as letras que o programa não é cultura nem visa ao debate, ele mesmo realiza uma crítica cabal à ideologia de sua empresa "Cultura a gente se vê por aqui"" (Idem, p. 17). Não há mistério, nem a tentativa de esconder. Assim, como afirmam Adorno e Horkheimer "A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem" (1944, p. 2).

Dessa forma, assim como aqueles que fazem o desafio, sabem que de forma alguma aquilo seria cultura e que não é algo que deveria ser feito ou que faça algum sentido. Um *youtuber* fala no início de um de seus vídeos no qual realizará o desafio de comer geléia artificial:

Nós iremos comer Amoeba, sim galera... só que uma coisa que eu quero já deixar bem claro, muito, muito claro mesmo, vocês que estão assistindo o vídeo: Não façam isso em casa. Não façam isso em casa, sério, isto daqui está sendo feito por quatro "retardados", pessoas muito retardadas, não façam, porque isso poderia te dar intoxicação, te matar, pode um monte de coisa, então não faça, beleza?¹⁰

Ao final de sua fala, o *youtuber* grita mais uma vez: "Não faça!". Ele tem plena convicção dos problemas que tal atitude deve causar, mas ainda assim o faz. Ele diz para ninguém fazer, mas durante 5 minutos e 40 segundos, ele o faz. Seu discurso é cínico e não faz questão de convencer as pessoas que o que ele faz é relevante, pelo contrário, como afirma Viana, em relação aos *reality shows*:

É essa mesma crítica ideologia que o cínico realiza, mas isso não o leva a qualquer mudança em sua prática. Muito pelo contrário a justificativa da ação esta em proclamar a falsidade do ideal abstrato que, por não corresponder a realidade, não é algo a ser corrompido. (2013, p. 19).

¹⁰ <<https://www.youtube.com/watch?v=NOhkUeCofdA>> 0:20 min. Acesso em: 18 dez. 2017

Assim, o vídeo continua a ser feito e as pessoas continuam a assisti-lo. Por que, ainda que não sejam minimamente convencidas pelo discurso do próprio vídeo sobre a importância do mesmo, as pessoas continuam a vê-lo? Por que simplesmente não param de ver já que não há mistério sobre o quão sem sentido e horrível ele é? Viana também se questiona sobre isso com relação à televisão:

Ainda que nem produtores nem telespectadores acreditem que o que é vinculado seja cultura ou qualquer outra coisa que mereça o olhar continuam todos produzindo e consumindo TV, como se aquilo oferecesse algum alívio ao imenso pregão que rege a vida. (VIANA: 2013: 19).

Segundo Adorno e Horkheimer, a “Indústria Cultural levou a uma certa padronização [da mercadoria] e a uma "produção em série" (1944, p. 3), e existe um modelo que todos estes canais e esses vídeos se submetem. Assim, como dito anteriormente, apesar de tanto conteúdo, ele possui a mesma base, uma mesma estrutura, os mesmos ossos em corpos diferentes que tentam tanto se diferenciar para se destacar dos outros conteúdos, que acabam justamente por isso, se aproximando deles. Como afirmam Adorno e Horkheimer:

O esquematismo do procedimento mostra-se no fato de que os produtos mecanicamente diferenciados acabam por se revelar sempre como a mesma coisa (...). As vantagens e as desvantagens que os conhecedores discutem servem apenas para perpetuar a ilusão da concorrência e da possibilidade de escolha. (Idem, p. 4).

Existe certo clichê que ultrapassa a frase dita no final de praticamente todos os vídeos: "Se inscreva no canal, deixe seu *like* e seu comentário e compartilhe", uma previsibilidade que cerca a forma como o vídeo começa, se desenvolve e termina. O espectador sabe o que vai encontrar, aliás, ele tem praticamente certeza disso, mas ainda assim age como se não tivesse esta certeza. São movidos por títulos provocativos e que despertam a curiosidade. É muito comum nos vídeos a chamada "Olha no que deu", assim como no vídeo citado anteriormente: "Eu comi Amoeba, e olha no que deu!". São utilizados diversos recursos para chamar a atenção do público. Recursos tais que se assemelham muito aos da televisão: O suspense, mistério e o objetivo de prender o telespectador. As "chamadas" feitas na televisão são substituídas em publicações nas diversas redes sociais dos *youtubers*, que são acompanhadas pelos fãs. Quando na televisão o programa em seu ápice chama o intervalo, para gerar ansiedade e expectativa nas pessoas, prolongando o sentimento de curiosidade e interesse, e evitando que o espectador troque de canal e deixe de assistir aos "reclames do plim-plim". No *Youtube*,

tal suspense é feito ao cortar os vídeos quando ele chega ao seu ápice, e geralmente não são prolongados por minutos, mas por até dias ou semanas.

Também se coloca na mão do espectador a responsabilidade de fazer com que tal vídeo seja postado, quando existe a ameaça de que o vídeo só será postado se atingir uma meta de curtidas e compartilhamentos pelo público – assim o público não só espera, mas deve se engajar para ter acesso a tal conteúdo, para que sejam realizados seus desejos e suas vontades, bem como fazer valer sua opinião e sua presença, para também sentir que tem poder, quando na realidade não o possui completamente, estando manipulado por quem tem esse certo poder, ou seja, por quem necessita das visualizações para fazer com que tudo valha à pena.

O *Youtube* pode trazer dessa forma, devido a maior proximidade e interação que promove entre fornecedores e consumidores de conteúdo, a ideia de um espaço democrático em que o público tenha voz ativa. A participação do público e a crença de que ele também tem o poder de influenciar os *youtubers*, o faz engajar-se cada vez mais nesse jogo, mas quem dita a regra não é o público. O público é extremamente condicionado e preparado a assistir determinadas coisas e, por isso insiste em ver tais coisas também. O engajamento do público eleva o poder do *youtuber* e não daquele que visualiza.

As *hashtags* no *Twitter*, por exemplo, em que o público pode desafiar os proprietários dos canais, e que este *Youtuber* vai divulgar no seu vídeo as propostas, faz com que aquele que assiste de forma passiva se sinta ativo no processo do vídeo e no que ocorrerá nele, mas ele não o é. Como se pode perceber, esse vínculo estabelecido vai além da plataforma do *Youtube*, mas também se estabelece em diversas redes sociais: *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat*, *Facebook*. É exatamente isso que a indústria cultural precisa: do engajamento dos que consomem seus produtos de forma a ajudá-la na perpetuação dos mesmos.

A televisão já visa essa interação com o público, e utiliza cada vez mais também recursos da internet para estreitar laços. Silvia Viana analisa estas questões que envolvem o *Big Brother Brasil* (BBB), por exemplo, em que os espectadores podem intervir nas provas por meio de votações no site ou *hashtags*, e também como no caso de diferentes *reality shows*, intervir em quem fica e quem sai, quem é bom e quem não é. E, no caso dos *realities* de música, como o *The voice*, *American idol*, *Ídolos*, entre muitos outros, a

opinião do público tem até mesmo o mesmo peso do que a de jurados, e eles sentem que escolhem quem irá entrar nessa indústria cultural e quem competiu melhor.

O vício então se forma, e o espectador se vê consumindo cada vez mais ao ponto em que seus gostos são moldados e reformulados para aceitar qualquer conteúdo que lhe seja dado. Este conteúdo é uma mercadoria, um produto, que possui valor de troca, aliena e domina. Assim, os que assistem não possuem a variabilidade que pensam ter. O que faz então com que eles prefiram escolher determinados *youtubers* a outros se os desafios são praticamente os mesmos? Não há exatamente um critério para esta seleção, mais tais *youtubers* devem se encaixar em um padrão e em um modelo para então se enquadrarem na Indústria Cultural. Assim, como colocam Adorno e Horkheimer, “A máquina gira sem sair do lugar. Ao mesmo tempo em que já determina o consumo ela descarta o que ainda não foi experimentado por que é um risco.” (1944, p. 13) e ninguém quer se arriscar a sair da máquina, ainda que pra isso arrisque o próprio corpo, e seus próprios limites.

Dessa forma, basta clicar no *play* para tornar um atentado contra o próprio corpo válido, graças a uma quantidade de visualizações. Tão fácil quanto, clicar em um botão para se inscrever em canais cheios de conteúdo que de tão racionalizados se tornam vazios em racionalidade. Afinal, um vídeo cuidadosamente pensado e calculado para conseguir visualizações, é ao mesmo tempo uma mutilação e um auto-flagelo que parece passar dos limites da racionalidade. Nos comentários do vídeo do dente sendo arrancado por um alicate, uma inscrita pergunta o que ele "ganha" em realizar tais desafios, e a resposta de outros internautas foi em maioria: o dinheiro. Mas seja por dinheiro, fama, visualização, a mesma pergunta pode ser invertida: O que ganham os que os assistem?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que explicaria a fixação da nossa sociedade com os desafios? O que faz com que um "desafio dado seja um desafio cumprido"? Na relação entre o desafiador e o desafiado, o desafiado acaba por demonstrar mais sua força, superando a dúvida que esta acoplada ao desafio: se ele irá cumprir ou não. Em uma sociedade tão rápida, que preza por um movimento incessante, um autocontrole, autovigilância e um rigor consigo mesmo, fazer "nada" é quase um crime. A preguiça é abominável e o trabalho é louvável, já que "Deus ajuda quem cedo madruga". O desafiado deve provar sua coragem, sua capacidade, sua agilidade e competição a todo o custo. O desafiador espera sedento por alguém que cumpra sua proposta que talvez nem ele mesmo cumprisse ou que na realidade projeta no outro sua curiosidade e vontade de cumprir. Já que ao nos inserirmos completamente nesta

indústria cultural, perdemos a noção do que é real ou não, além do senso crítico e dos valores próprios para tentar repetir esses comportamentos que temos acesso em nossas próprias vidas. Assim, quando determinado *youtuber* tem determinado conteúdo, por mais estranho e perigoso que seja, nós temos vontade de experimentar também.

Os consumidores são os trabalhadores e os empregados, os lavradores e os pequenos burgueses. A produção capitalista os mantém tão bem presos em corpo e alma que eles sucumbem sem resistência ao que lhes é oferecido. Assim como os dominados sempre levaram mais a sério que os dominadores a moral que deles recebiam, hoje as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem sucedidos. (Idem, p. 12)

Silva Viana, no capítulo "Dos jogadores", discute justamente sobre esta questão da pró-atividade e, mais do que isso, da adaptação que as pessoas devem se submeter nos casos do reality show – características essas que se opõem fortemente à passividade e à recusa de sair de uma zona de conforto. Assim, na nossa sociedade, é valorizado o movimento e a atividade, a superação dos limites, a adaptação a qualquer circunstância, a resiliência e a flexibilidade, como assim exige o mundo do trabalho neoliberal. Afirma Viana que "no desconforto está a mensuração da adaptabilidade, e também a produção do trabalho polivalente [...] é preciso bem mais do que romper as limitações das competências, é preciso romper quaisquer barreiras" (2013, p. 102)

Desta forma, não importa mutilar o corpo, a saúde física, a saúde mental, as consequências dos desafios e nem sentir medo. No capitalismo é preciso superar o medo a todo custo. Assim, segundo Viana, "parece ser tão belo ao mundo contemporâneo uma pessoa apavorada, atada a um para-choque de um carro em alta velocidade, como já assisti em uns quatro programas diferentes" (Idem, p. 103). Parece realmente que os espectadores se sentem "maravilhados" ao observarem *youtubers* cumprindo sem limites os desafios propostos, e, buscando cada vez mais se superar e superar a concorrência no grau de dificuldade ou insanidade que possuem tais desafios.

Como dito anteriormente, no ano de 2017, em Minnesota, Monaliza Peres atira contra o namorado ao vivo pelo *Youtube live*. O desafio foi cumprido e a consequência disto foi a morte de Pedro. Uma morte assistida por 30 espectadores e a filha do casal. Monaliza também estava grávida. Segundo uma reportagem do site Público:

A tia da vítima, Claudia Ruiz, explicou ao canal televisivo WDAY-TV que o objetivo do vídeo era aumentar o número de visualizações e seguidores, adiantando ainda que o casal era conhecido por fazer partidas e publicá-las no canal que tinham no Youtube. "Ele queria ter mais visitantes, queria ficar famoso", disse a tia de Pedro Ruiz, que

garante que “o casal se amava”. “Foi só uma partida que correu mal”, conclui.

O desafio foi superado, mas dificilmente a morte de alguém em razão dele será superada. Dentre os comentários do último vídeo postado antes da live, um espectador afirma que seria estúpido pensar que um livro barraria uma bala: *"It's weird watching this video because this guy is dead and knowing he's alive in the video is just sad no one is stupid enough to shoot through a book thinking it's not gonna kill the stunt person"*.¹¹

Tal acontecimento faz com que se reflita a respeito da seriedade que possuem estes desafios, sobre as consequências graves que podem ter e sobre os limites que parecem não existir em nossa sociedade. Além da forte relação entre desafiados e desafiadas, ou trabalhadores e consumidores, e do poder que a indústria cultural tem sobre os seres humanos. Faz também com que reflitamos o porquê de continuarmos a compartilhar e curtir tais conteúdos, e por que eles são ainda produzidos. Sobre o porquê de nos submetemos ao desconforto e sobre o porquê de sentir prazer em ver o outro ser submetido a ele.

Existe uma parábola que conta a respeito da adaptabilidade do sapo. O sapo é extremamente adaptável a temperaturas altas. Se colocado em uma panela com água e gradualmente tendo a sua temperatura aumentada, o sapo vai se adaptando, até que uma hora exploda. O sapo não explode devido às altas temperaturas, mas sim por não saber a hora de desistir, e de saltar para fora da panela. Assim, na crença de uma adaptabilidade e resiliência sem fim, não sabemos quando desistir, nem qual o limite e nem o porquê de se estar em um círculo infinito.

Afinal, o não conformismo à essas situações também confere exclusão no jogo da Indústria Cultural. Como afirmam Adorno e Horkheimer: “Quem não se conforma é punido com uma impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do individualista: excluído da atividade industrial, ele terá sua insuficiência facilmente comprovada” (1944, p. 12). Somos obedientes, nossos valores são aqueles que vêm com os produtos. Estamos em movimento incessante rondando os mesmos lugares, somos pessoas-esteira. Submetendo-nos ao que pensamos ter que submeter. Assim:

Nada deve ficar como era, tudo deve estar em constante movimento. Pois só a vitória universal do ritmo da produção e reprodução mecânica é a garantia de que nada mudará, de que nada surgirá que não se adapte.

¹¹ <<https://www.youtube.com/watch?v=hr8VITZMNn0>> Acesso em: 17 dez. 2017

O menor acréscimo ao inventário cultural comprovado é um risco excessivo (Idem, p. 13).

Seres humanos tão adaptáveis. Não sabemos a hora de pular fora da panela. Na dialética entre produtores e consumidores, e, desafiados e desafiadores, todos parecem ter algo em comum: insistir em uma existência pautada na mercadoria, e não desistir, a qualquer custo, do desafio.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W, HORKHEIMER, Max. A **dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.

“Mulher mata namorado em encenação perigosa para o Youtube”. Disponível em <<https://www.publico.pt/2017/06/29/mundo/noticia/mulher-mata-namorado-em-partida-do-youtube-1777335>> Acesso em: 18 dez. 2017.

“O sapo e a água quente”. Disponível em <<http://g1.globo.com/platb/paulocoelho/2010/10/23/o-sapo-e-a-agua-quente/>> Acesso em: 18 dez. 2017.

VIANA, Silvia. **Rituais de sofrimento**. São Paulo, Boitempo: 2013.

VI SEMINÁRIO INTERNACIONAL DO PPGCS E XVIII SEMANA DE
CIÊNCIAS SOCIAIS

SEMINÁRIOS DA GRADUAÇÃO – SOCIOLOGIA

Adeus, Taylor? – Reconfigurações Do Controle Do Trabalho No Capitalismo
Contemporâneo

Gustavo Gabaldo Grama de Barros Silva

Resumo: o presente trabalho tem como objetivo analisar as metamorfoses no mundo do trabalho na contemporaneidade, mais especificamente sobre os novos instrumentos de controle e organização do setor de *telemarketing* na cidade de Uberlândia, Minas Gerais. Procura-se investigar de que forma a lógica taylorista de administração do trabalho se reconfigura a partir da reestruturação produtiva do capital na década de 1970, e de que maneira se alia a novas técnicas de controle e gestão do labor. Tendo em vista o crescimento considerável do setor de serviços na economia local, este estudo indica de quais formas se estruturam, e quais os sentidos dos mecanismos de dominação e vigilância sobre os operadores de *telemarketing*. Mecanismos estes formados por híbridos de métodos toyotistas e tayloristas de administração de um trabalho informacional, representativo da nova lógica do capitalismo contemporâneo.

Palavras Chave: trabalho, *telemarketing*, controle, taylorismo, toyotismo.

A partir da década de 1970, o mundo do trabalho se modifica profundamente em um nível global devido ao desenvolvimento de uma crise estrutural no seio das sociedades capitalistas. Essa transformação profunda, que altera as composições dessas sociedades, é gerada através de alguns processos históricos referentes à avanços tecnológicos, conflitos ideológicos e novas contradições econômicas no seio dos Estados capitalistas. A crise do capital dos anos 1970 possui reverberações profundas, e seus efeitos podem ser sentidos até hoje, atingindo desde os modos com que o trabalho é organizado, até as formas de mobilização política das classes sociais, passando pelas concepções e sentidos que o sujeito contemporâneo possui sobre si próprio e a realidade. Como apontado por Giovanni Alves

“A primeira grande recessão do pós-guerra, em 1973, inaugura o período histórico de ‘crise estrutural do sistema do capital’, marcado pela sobreacumulação e intensa concorrência internacional. Sob o impulso da mundialização do capital, constitui-se um novo complexo de reestruturação produtiva, buscando instaurar e impor um novo padrão de acumulação capitalista em escala planetária e que se impôs cada vez mais a corporações transnacionais, imprimindo-lhes sua marca.” (2011, p. 11-12)

O que se têm nesse processo de crise, portanto, é o surgimento de novas condições de acumulação, em que se fazem surgir necessidades particulares, até então não desenvolvidas pelo capitalismo moderno. A chamada “reestruturação produtiva do capital” frente a crise iniciada em meados do século XX, se constrói à medida que as tecnologias de informática, transporte, comunicação e robótica se inserem na esfera produtiva (ANTUNES, 2000), e a expansão industrial global marcada pela subcontratação (HARVEY, 2014) se dissemina pelo mercado. Observa-se esse movimento no crescimento considerável de postos de trabalho relacionados ao setor de telemarketing, construção de *softwares*, à gestão da informação e às ciências da computação de forma geral.

Tendo em vista esse novo contexto social, a esfera produtiva passa a utilizar novos instrumentos específicos de gestão e controle do trabalho. Com a crescente criação de postos de trabalho que até então não tinham uma relativa importância econômica em contextos globais, surge a necessidade de criar novos instrumentos de vigilância sobre o trabalhador enquanto se ocupa de novas atividades. Desse modo, tomamos o setor de *telemarketing* como indicativo dos modos de trabalho instaurados pelo capitalismo contemporâneo. Marcado de um lado, pela flexibilização e pela informacionalidade, e por outro, pela mecanização e repetição de tarefas pré-determinadas pela gerência.

A pesquisa de campo que dá embasamento empírico para a presente investigação foi realizada na cidade de Uberlândia, Minas Gerais, entre os meses de junho a agosto de 2018. Durante o período do referido estudo empírico, visitei o principal centro de *callcenter* da cidade em questão, localizado em um *shopping center* na zona leste do município. A escolha do campo de pesquisa mencionado se deu pelo alto fluxo de trabalhadores e trabalhadoras neste local e pela expressividade econômico-política que este centro possui em relação a economia municipal.

A partir das entrevistas realizadas pode-se estabelecer aspectos gerais da rotina no trabalho dos sujeitos inseridos no *telemarketing*. Sobre o horário de trabalho nesta área, se têm duas opções de jornadas: ou se trabalha 5 dias na semana, por 8:30, incluindo duas pausas de 10 minutos e um horário de almoço ou jantar. Caso o horário de trabalho for na parte matutina e vespertina, o tempo para almoço é de 1:18; caso se trabalhar no período vespertino e noturno, o horário do jantar é reduzido para 30 minutos para a refeição.

A segunda opção da jornada de trabalho é de 6 dias por semana com 6:30 de trabalho, com o mesmo sistema de intervalos e horário de almoço. Fora do sistema de pausas obrigatório, que se incluem aqui as duas pausas de 10 minutos e o horário de almoço e jantar, existem as chamadas “pausas emergências” ou “pausas defeito”, que podem ser usadas em situações críticas durante a jornada de trabalho. Essas pausas servem como modelo simbólico para toda política toyotista de “ética trabalhista” e controle taylorizado do setor de telemarketing.

Cabe-nos aqui, diferenciar dois tipos de ocupações dos operadores referentes ao setor de *telemarketing*. O primeiro deles é denominado por “atendimento receptivo”, em que o operador recebe ligações dos clientes da companhia, e a partir disso oferece serviços, tira dúvidas, resolve problemas com o produto vendido, ou seja, se trata de Serviços De Atendimento Ao Consumidor (SAC). Além disso, nesta categoria, se encontra também a “equipe de retenção”, que “cumprir reverter pedidos de cancelamento de determinado serviço ou produto” (VENCO, 2009, p. 23). Neste tipo de ocupação, as metas a serem cumpridas pelos operadores se ligam à diminuição do tempo de atendimento, à capacidade de retenção e fidelização do cliente e qualidade da ligação conforme normas comportamentais e linguísticas estabelecidas pela empresa, sendo que estas metas se manifestam muitas vezes, como se indicará posteriormente, de maneira contraditória

Já o “atendimento ativo” se estrutura a partir da realização das chamadas pelos operadores para possíveis clientes e atuais consumidores, e basicamente esta atividade se volta para as vendas (VENCO, 2009, p. 24). Nessa função o “operador recebe uma cartela com um número X de clientes a serem atendidos no dia e é cobrado para que alcance sua meta diária de ligações. Desse modo, as metas desse setor são primariamente ligadas ao número de vendas realizadas pelo operador.

Após a análise dos relatos dos trabalhadores e trabalhadoras do setor de telemarketing bem como da literatura específica do tema, percebe-se como o controle e o gerenciamento deste tipo de trabalho se estrutura de maneira peculiar em relação à outras ocupações laborais da história. Muitos autores como Giovanni Alves (2011), Ricardo Antunes (2000) e Benjamin Coriat (1992) apontam que, na contemporaneidade, mesmo com o fortalecimento dos sistemas toyotistas de gerenciamento do trabalho, as formas tayloristas ainda não desapareceram por completo. Desse modo, a reestruturação produtiva do capital que surge no final dos anos 1970 desenvolve não uma forma absoluta da “toyotização” do trabalho, mas sim uma configuração híbrida entre instrumentos tayloristas e toyotistas de gestão e disciplinarização. Como aponta, Antunes, sobre o sistema produtivo contemporâneo,

“Vive-se, no mundo da produção, um conjunto de experimentos, mais ou menos intensos, mais ou menos consolidados, mais ou menos presentes, mais ou menos tendenciais, mais ou menos embrionários. O fordismo e o taylorismo já não são únicos e mesclam-se com outros processos produtivos (neofordismo, neotaylorismo, pós-fordismo)” (ANTUNES, 2000, p.24)

Tendo em vista tal tendência empírica no mundo da gestão e controle das atividades laborais, confirma-se a tese de Alves sobre o toyotismo como desdobramento racional do fordismo e fruto de condições histórico-econômica específicas das estruturas capitalistas. Como demonstra tal autor sobre este processo,

“Ohno busca em Ford a inspiração do toyotismo e tenta resgatar, por exemplo, no Capítulo 5 (da obra de Taiichi Ohno, “O Sistema Toyota De Produção: Além Da Produção Em Larga Escala), “a verdadeira intenção de Ford”. Além disso, a rigor, o toyotismo, como o fordismo-taylorismo, constitui a linha de continuidade do processo de racionalização do trabalho no século XX” (ALVES, 2011, p.48)

Se tratando do setor de telemarketing, mais especificamente no trabalho realizado pelos atendentes, esse aspecto híbrido se verifica em diversas práticas cotidianas tanto da execução, quanto do controle e avaliação do processo de trabalho. Assim sendo, através

da acumulação flexível do capital, a subjetividade e a objetividade da classe trabalhadora são alteradas profundamente, como apontam Harvey (2014), Mézaros (1981), Chesnais (1996) e Alves (2011).

Alguns pontos essenciais da teoria admirativa de Taylor, posteriormente aplicada por Ford e que se espalha por centros industriais do mundo na virada do século XIX para o XX, estão intrinsicamente estruturados no telemarketing, tais como: o uso do *script*, o estabelecimento de normas linguísticas pré-determinadas, o monitoramento restrito do tempo de ligações (no chamado T.M.A., ou Tempo Médio De Atendimento), bem como da própria maneira com que o trabalhador se comunica com o cliente e o controle do tempo de intervalos indicam a persistência do sistema taylorista como modo gestor do trabalho no telemarketing.

Todas essas medidas de disciplinarização funcionam como contrapartida ao sistema de assalariamento, demissões e repreensão aos trabalhadores, de modo que, aquele que não internalizar e praticar estas normas de conduta do trabalho, estará sujeito às mais severas punições. Como apontado em uma entrevista realizada para a pesquisa por um trabalhador,

“você tem a pressão de quem é o superior da empresa e que está acima de você. Que vai cobrar pontualidade, tempo médio de atendimento, que seria o TMA, e você tem que manter aquelas metas ali dentro do possível. Caso você não consiga ter a tal das advertências e você pode até mesmo perder o emprego né? E no atual mercado hoje perder emprego não está fácil não” (Operador De Telemarketing, 9 de setembro de 2018)

O relato deste trabalhador ilustra bem a forma com que é feito uma parte do controle do trabalho neste campo: através de pressões constantes e jogos psicológicos por parte dos supervisores, coordenadores e representantes dos grandes clientes (geralmente empresas de cartão de créditos ou grandes bancos); se coage o trabalhador sobre sua capacidade de seguir as regras delimitadas pela empresa.

Sobre o controle taylorizado do tempo cronometrado do trabalho de telemarketing, utilizam-se instrumentos específicos, tais como: o T.M.A., ou Tempo Médio de Atendimento; o; a “Aderência”; e o A.B.S, ou absenteísmo, que se relaciona com o sistema de pausas e suas três categorias: a pausa de refeição, pausa para o uso do banheiro e a pausa-defeito. Todos esses mecanismos de controle do trabalhador são feitos ou a partir do próprio sistema operacional em que se trabalha, pela vigilância do

supervisor, que ronda pelas PA's em busca de "defeitos" a serem reparados ou pelo "setor de qualidade", que acompanha em tempo real e por meio de gravações os padrões de pausa, o cálculo do tempo de atendimento e os níveis de sucesso de venda ou convencimento do cliente.

O T.M.A. gira em torno do tempo máximo em que o operador deve se manter com um cliente durante sua ligação, desse modo a empresa exige tempos curtos de atendimento, para que o trabalhador realize ao longo do dia, o máximo possível de ligações. Como aponta uma trabalhadora em uma entrevista, o T.M.A. funciona da seguinte maneira na prática cotidiana deste tipo de trabalho:

"no meu serviço a gente tem o TMA, que você tem que atender um TMA final de 8, por volta de 8 minutos, então por exemplo, você tem que, eles fazem esse TMA é calculado com uma média de todas as ligações que você atendeu. Então se você faz uma ligação de 20 minutos, você tem que atender várias ligações rapidinhos para na média. 20 minutos é considerado muito, você tem que atender, dá 15 minutos eles já estão gritando, "dá 15 minutos, vamos desligar, chega".(Operador De Telemarketing, 13 de agosto de 2018)

Assim como todas as outras formas de controle taylorista do trabalho neste setor, o não cumprimento destas normas atinge diretamente o salário do funcionário, bem como suas possíveis bonificações e caso este "erro" se torne persistente, acarreta em demissões por justa causa. Através desses mecanismos de ameaças, essas diretrizes aparecem como um perigo e geram medo entre os trabalhadores e trabalhadoras.

A "Aderência" é um instrumento de monitoramento utilizado majoritariamente no campo de atendimentos "passivos" e se relaciona com a capacidade que o operador têm de manter o contrato do cliente a qualquer custo, assim como a resolução de problemas que este apresentar. A partir de justificativas passadas pela empresa, bem como a inovação e a polivalência argumentativa do trabalhador (se observa aqui, alguns traços da influência toyotista na organização deste trabalho), o trabalhador deve manter determinado nível de eficiência em conter o consumidor, ao mesmo tempo em que deve manter o tempo da ligação em um tempo pré-determinado. Se verifica aqui, portanto, uma das contradições desse modo de trabalho: ao mesmo tempo em que o trabalhador deve convencer o cliente a manter os laços comerciais com a empresa, ele deve fazê-lo em um tempo muito curto, e até mesmo em casos em que o cliente já está decidido em cancelar seu contrato. Caso o trabalhador não consiga convencer o freguês do contrário em certo tempo, seria por pura falta de capacidade e profissionalismo.

Essa antinomia é observada claramente por uma das trabalhadoras entrevistadas:

“Mas só que por outro lado eles ficam te cobrando retenção, “mas como assim você vai cancelar? Você precisa reter o cliente, convence, conversa com ele, argumenta”. E tipo, você fala “então, mas você estava mandando eu desligar agora a pouco, como que você quer que eu continue conversando, decide o que você quer que eu faça”. Se contradiz demais. (...)E ao mesmo tempo, quando tem uma reunião ele vira e fala, “não, mas se o cliente quiser cancelar é direito dele”. Então tipo, se contradiz demais sabe? Porque ele fica ali o tempo inteiro cobrando a gente em cima, cobra para gente um tempo que, por exemplo se eu tivesse mais tempo para argumentar e conversar com o cliente provavelmente eu reteria mais, mas eu não tenho tempo. Eu preciso fazer tudo com o tempo delimitado e principalmente se tem uma reclamação, por exemplo, reclamação demora para ser, para eu abrir tudo direitinho. Aí se eu faço uma reclamação no dia, a gente tem que fazer várias ligações rápidas para poder diminuir meu TMA.” (Operadora De Telemarketing, 13 de agosto de 2018)

Como aponta Selma Venco, sobre a contradição entre normas de tempo de atendimento e metas a serem cumpridas:

“A pressão pela persecução dos scripts e do atendimento aos clientes em tempo reduzida é combinada com a tentativa de cumprimento das metas, as quais variam, se não mensalmente, muitas vezes semanalmente. Segundo os entrevistados, a elevação constante das metas e a certeza da impossibilidade de cumprí-las acarreta tanto diferentes níveis de tensão quanto a individualização do fracasso. Eles vivenciam, de fato, uma injunção paradoxal: uma ordem frequentemente impossível de ser obedecida.” (VENCO, 2015, pg. 158)

No que tange o controle pelo A.B.S., ou absenteísmo, este funciona pelo monitoramento do desempenho do trabalhador em seguir à risca os tempos de pausa no trabalho. Sobre as pausas obrigatórias a serem feitas pelos operadores, o que varia são os momentos em que estas podem ser realizadas, desse modo, a cada dia que passa, a pausa do trabalhador se modifica. O aviso do momento a ser feita a pausa se dá por um aviso em uma das “abas” do sistema operacional controlado pelos operadores, como aponta uma das entrevistadas:

“Eu entro 13:30 e saio 22:00, as pausas elas variam, hoje me deu um foi 16:00 e meu intervalo de lanche normalmente é 18:00 mesmo. Mas aí pode variar, tem dias que é 16:00, aí a gente tem um sistema que mostra para gente quais são os horários das nossas pausas no dia. Normalmente eles vão mudando, mas a maioria das vezes meu intervalo é 18:00, aí você tem o descanso 1 e o descanso 2 e o intervalo, intervalo” (Operadora De Telemarketing, 13 de agosto de 2018)

Aqui se verifica a adaptação do sistema *kanban* instituído por Ohno (1997) no

setor do *telemarketing*, direcionado, portanto para atividades não-industriais. O controle

rígido do tempo, típico do taylorismo, aliado a um modo de instrução toyotista configura aqui a realidade da gestão do trabalho neste campo produtivo. Esses modos se adaptam a uma nova realidade histórica, e dão indicativos sobre os momentos necessários ao trabalhador para realizar suas pausas, visando a manutenção da força de trabalho, e a garantia da produtividade. A diferença aqui, do que Ohno (1997) apontou como *kanban*, que pode ser definido originalmente como “o meio usado para transmitir ou receber a ordem da produção. É basicamente um sistema de informações que circula entre cada um dos processos para controlar a quantidade produzida” (ALVES, 2011, p. 54), é seu modelo de propagação digital e seu caráter temporal e qualitativo. No setor do *telemarketing*, se volta para os melhores procedimentos linguísticos e de pausa em relação ao trabalho realizado pelo operador, se tem aqui uma espécie de “*kanban* de serviços”.

A perspectiva taylorista do controle perfeito dos movimentos do funcionário a partir da ciência e do cronômetro se desdobra em um monitoramento completo dos horários de repouso dessa classe de trabalhadores. Estes perdem o controle até mesmo dos momentos em que seria mais apropriado, de acordo com cada necessidade, de interromper a jornada de trabalho; e aliado à uma lógica toyotista de gestão, esses momentos de pausa se flexibilizam e são incertos à medida que o trabalhador não sabe quando virão. Aumenta-se, portanto, a necessidade de atenção sobre os avisos da pausa comandadas pela coordenação, e caso não se siga rigidamente o horário estabelecido, o valor do A.B.S. de cada trabalhador é prejudicado. Como apontado no seguinte trecho de uma das entrevistas:

“mas ABS era tipo assim, era o tempo que você ficava fora da sua escala e aderência era o tempo que você ficava dentro da sua escala, aí era absenteísmo, acho que era essa palavra, aí se você tirasse uma emergência de 15 minutos aí modificava seu ABS, aí se tirasse 2 de 10, modificava seu ABS, e aí eles te cobravam muito em cima disso, em cima dos marcadores de qualidade” (Operador De Telemarketing, 4 de setembro de 2018)

Esse aspecto de controle taylorista do tempo é radicalizado à medida que busca controlar até mesmo funções básicas e fisiológicas do trabalhador durante a realização do trabalho, em que, ao demonstrar sinais de cansaço a partir de suspiros, o trabalhador pode ser penalizado em sua avaliação semanal. Se realiza assim o ideal de Taylor, estendido não só aos movimentos físicos voluntários, mas em controle extremado de expressões biológicas do trabalhador. Como relatado a seguir por um entrevistado, “se você respirar fundo assim ó, demonstrando cansaço e irritado, você leva ponto, é isso. Velho, você tem

o caminho a seguir, se você erra, você não dá palpite em nada” (Operador De Telemarketing, 4 de setembro de 2018)

Finalmente, sobre a pausa-defeito, ou a pausa emergencial, têm-se um sistema aparentemente subjetivo sobre seus limites, entretanto, quando não cumprido a partir das normas subentendidas, consequências severas se operam sobre o trabalhador. Formalmente, esta categoria de intervalo é concebida como uma alternativa crítica a uma circunstância específica, e de preferência, pontual. Ela é acionada pelos trabalhadores, mediante um aviso ao referente supervisor, em momentos de “extrema necessidade”, geralmente em situações de: alto nível de estresse ou fadiga, atendimento de necessidades fisiológicas em momentos fora dos intervalos já estabelecidos e situações de resolução de problemas pessoais.

Ao tratar a pausa emergencial como um “defeito” ou uma “pausa indevida”, a empresa já pressupõe a avaliação qualitativa desse intervalo: algo não produtivo e indesejável. À vista disso, este tipo de pausa ainda estar presente na jornada de trabalho do setor de telemarketing, apesar de sua aparência não-produtiva, se liga justamente a uma manutenção essencialmente mecânica da força de trabalho. O trabalhador só possui o “direito” de tirá-la à medida que ela garante uma melhoria do serviço *a posteriori*, e impede movimentos prejudiciais ao sistema de trabalho.

Se verifica aqui, a aplicação da “Lei Da Fadiga” de Taylor (1995, p. 52-54) na organização do trabalho do operador de *telemarketing*, que indica que à medida que o cansaço interfere na produtividade do trabalho, pausas com um tempo pré-determinado devem ser feitas pelo trabalhador. As pausas defeito, portanto, funcionam e existem, apenas à medida que impedem que “você faça algo errado, porque igual eu falei, o trabalho é muito estressante, se a pessoa não tiver cabeça, a pessoa pode fazer algo errado” (Operadora De Telemarketing, 13 de agosto de 2018), como demonstra a fala do operador.

Como aponta Marx nos Manuscritos econômico-filosóficos de 1844,

“O trabalhador se torna uma mercadoria tão mais barata quanto mais mercadorias cria. Com a valorização do mundo das coisas aumenta em proporção direta a desvalorização do mundo dos homens. O trabalho não produz somente mercadorias; ele produz a si mesmo e ao trabalhador como uma mercadoria, e isto na medida em que produz de fato, mercadorias em geral” (MARX, 2004, p. 80)

Apesar dos esforços toyotistas de incentivo à iniciativa do trabalhador, esta forma laboral ainda aparece como totalmente desvinculada de seu planejamento. Como apontado pelo trabalhador em uma entrevista, “As instruções vêm de cima, nós podemos sim falar algumas coisas com os nossos supervisores, mas assim nunca fui atendida em nada.” (Operador De Telemarketing, 23 de agosto de 2018). Nesse ponto, o aspecto teleológico do trabalho, que faz parte da gênese humana, segundo Lukacs (1978), se perde completamente, à medida que o indivíduo se torna um reprodutor mecânico de palavras pré-determinadas.

Usando das palavras de Danièle Linhart sobre a permanência de configurações repetitivas e rígidas em processos de trabalhos contemporâneos,

“Aqueles que concluem que entramos na era do pós-taylorismo, que o campo de intervenção e de autonomia dos que executam as tarefas ampliou-se consideravelmente e que demos um salto qualitativo, continuaram em um primeiro patamar, que não considera a totalidade das questões em jogo” (LINHART, 2007, p. 117)

Após essa delimitação sobre os aspectos fordistas identificados nas práticas e no controle do trabalho dos operadores de telemarketing, cabe-se aqui, complementar essa análise com dimensões toyotistas da organização deste tipo laboral. Partimos do pressuposto de que, segundo Giovanni Alves,

“o novo modelo de gestão da produção capitalista é a ‘captura’ da subjetividade do trabalho vivo. Mais do que o fordismo-taylorismo, o toyotismo tem necessidade de envolvimento dos operários e empregados nos procedimentos técnico-organizacionais da produção de mercadorias”(ALVES,2011 , p. 44)

O que se observa, na prática, são readequações administrativas do mercado, que, frente a uma nova realidade econômica global pós-crise de 1973, busca alternativas para melhoria na produtividade, novos instrumentos de exploração do mais-trabalho e de escoagem de mercadorias em um novo fluxo global, como apontam Annunziato (1991) e Clarke (1991). Surge o que Harvey chama de período de acumulação flexível, que segundo este

“é marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, produtos e padrões de consumo. (...) A acumulação flexível envolve rápidas mudanças dos padrões do desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões geográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento no emprego no chamado setor de serviços, bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas”. (HARVEY, 2014, p. 140)

É neste contexto que o toyotismo surge, buscando atender uma nova demanda econômica mundial, e como visto anteriormente, se mesclando com as formas tayloristas anteriores, traz novas e velhas formas de controle do trabalho assalariado.

Dentre os pressupostos ditados por Taiichi Ohno (1997), criador do método Toyota de produção, sobre a gestão do trabalho, que são altamente observáveis no setor de telemarketing estão: os Círculos De Controle De Qualidade (C.C.Q.'s), o incentivo ao trabalho em equipe, envolvimento subjetivo e físico no processo de trabalho, a automação com toque humano, a polivalência do trabalhador. Em um comentário irônico sobre os objetivos ideológicos e administrativos do toyotismo, Gounet diz,

“Em síntese, com o toyotismo, parece desaparecer o trabalho repetitivo, ultra-simples, desmotivante e embrutecedor. Finalmente, estamos na fase do enriquecimento das tarefas, da satisfação do consumidor, do controle de qualidade” (GOUNET, 1991, p. 43, tradução de Ricardo Antunes)

Como apontado anteriormente, o controle do tempo no setor de telemarketing é realizado sob uma forma gestora tipicamente taylorista, entretanto, dentro deste tempo de trabalho, está a análise qualitativa do serviço realizado. Através dos mecanismos desenvolvidos por Ohno a partir da segunda metade do século XX, cria-se um novo método de avaliação de qualidade de peças, em oposição à produção em massa de Ford. No telemarketing esse método é adaptado através de um sistema de vigilância constante das ligações realizadas pelos operados, assim como na estruturação de um *script*, que deve ser seguido rigorosamente pelos trabalhadores, buscando sempre a eliminação de palavras, gestos e tempo que possam prejudicar a “eficiência” da operação, ou, do lucro gerado pelo seu trabalho.

Conforme demonstrado previamente, o trabalho do telemarketing é marcado por uma clivagem entre o planejamento e a execução do trabalho. Majoritariamente, o planejamento deste modo laborial é voltado para a linguagem, ou seja, as formas com que o operador deve se direcionar ao cliente. Geralmente, esses modos linguísticos condicionados ao trabalhador dizem respeito as formas de tratamento, uso da linguagem culta, emprego de perguntas enunciadas da forma e sequencia pré-determinada, postura calma e paciente (e “agressiva” em momentos de venda), controle das emoções e capacidade de improviso argumentativo. Como demonstra Venco (2009), esse procedimento tende a mecanizar o trabalho à medida que o *script* é internalizado pelo trabalhador e reproduzido automaticamente. Muitos são os relatos de trabalhadores sobre

esse processo, como, “Você tem que tentar ser o mais breve possível, a gente acaba que por isso você fala muito rápido, então às vezes o cliente não te entende acho que você entra meio que no modo automático” (Operador De Telemarketing, 9 de agosto de 2018).

Para assegurar e controlar o cumprimento do *script* elaborado pela empresa, o “setor de monitoramento”, assim como o supervisor, realizam uma avaliação semanal de todos os funcionários mediante um sistema de pontuação. Caso o operador seguir formalmente as diretrizes dos *scripts*, este alcança a pontuação máxima de 100 pontos, e consegue a bonificação semanal de R\$ 25,00. Isto aliado à manutenção do T.M.A. mínimo, assim como um atendimento proveitoso do A.B.S., trata-se, portanto, da medição da capacidade que um sujeito possui de internalizar condutas e executá-las automaticamente. Se executa assim o projeto toyotista, que segundo Ohno o trabalhador deve “lembrar com o corpo e conhecer e fazer instintivamente” (OHNO, 1997, p. 97).

A partir da pesquisa da referida empresa, toma-se conhecimento de como é realizado a avaliação de desempenho: toda semana, uma das ligações realizadas pelo trabalhador é selecionada aleatoriamente e escutada atenciosamente pelo supervisor e o setor específico dessa área. Após a pontuação, funcionário e supervisor se reúnem para um *feedback*, indicando as ações válidas ou não, que estão dando resultados positivos ou atrasos. Por não saber qual ligação será monitorada, o trabalhador se fiscaliza a todos os momentos para seguir as normas disciplinares estabelecidas. Internaliza-se o controle, ao mesmo tempo que este é redobrado pelo supervisor e pelas próprias gravações das ligações. O que se verifica na realidade é uma adaptação do panóptico foucaultiano, que, entretanto, não perde suas funções essenciais de dominação. Como aponta Foucault,

“O panóptico funciona como uma espécie de laboratório de poder. Graças a seus mecanismos de observação, ganha em eficácia e em capacidade de penetração no comportamento dos homens. (...) O esquema panóptico é um intensificador para qualquer aparelho de poder: assegura sua economia (material, pessoal e temporal); assegura sua eficácia por seu caráter preventivo, seu funcionamento contínuo e seus mecanismos automáticos. É uma maneira de obter poder numa quantidade até então sem igual, um grande e novo instrumento de governo” (FOUCAULT, 1977, p. 180)

Esses aspectos disciplinadores enumerados por Foucault são adaptados em um sistema refinado do “panóptico eletrônico”, usando da terminologia elaborada por Selma Venco (2015, pg. 157). A vigilância e avaliação constante e incerta para os trabalhadores sobre seu alvo específico, garante a intensificação do trabalho, previne desvios da norma comportamental definida e promove uma internalização da fiscalização.

No telemarketing, segundo 85% os entrevistados, o trabalho em equipe é fundamental, e sem ele, o trabalho do operador não funcionaria da maneira correta. Através deste trabalho em equipe incentivado pela supervisão, visando estabelecer o “espírito de liderança” entre os melhores, busca-se atingir os objetivos principais do toyotismo: controle do corpo e da mente do trabalhador, assim como a sua polivalência.

Como Giovanni Alves aponta,

“o trabalho em equipe é essencial para o Sistema Toyota de Produção. Por isso, Ohno chega a fazer uma analogia entre o *just-in-time* (ou o trabalho de uma equipe envolvida em atingir um objetivo preestabelecido) e um time de beisebol” (ALVES, 2011, p. 45).

Nas palavras do próprio Ohno,

“Na manufatura a equipe de produção que tenha dominado o sistema *just-in-time* é exatamente como um time de beisebol que joga bem em equipe (...) É fácil compreender a teoria com a mente; o problema é lembra-lo com o corpo. A meta é conhecer e fazer instintivamente. Ter o espírito para aguentar o treinamento constitui o primeiro passo na estrada que leva à vitória” (OHNO, 1997, p. 97-99).

Desse modo, dois dos relatos indicam a prevalência dessa forma operativa voltada para o trabalho em equipe,

“Cara, pelo menos no meu site, trabalho em equipe é fundamental, porque se você derrubar o resultado da sua equipe específica, o coordenador vem com as garras de fora” (Operador De Telemarketing, 9 de agosto de 2018)

“tudo que a gente faz é em equipe, então a gente tem que entregar a meta, pela equipe, a equipe tem que ser boa em qualidade, tem que ser boa em aderência, chegar na hora certa então se você não tiver uma equipe centrada, junta assim, você não vai conseguir os indicadores e o que faz ligar os supervisores às vezes que eles conseguem ter a união com a equipe.”(Operadora De Telemarketing, 23 de agosto de 2018)

Assim sendo, através desses procedimentos busca-se envolver ideologicamente o trabalhador no processo de trabalho, tratando-o como algo mais dinâmico e diverso, apesar de que, na prática isto resulta em repetições de tarefas distintas, resultando em uma maior intensidade do trabalho. A polivalência do trabalhador de telemarketing é expressa por Selma Venco da seguinte maneira, “Exigindo do teleoperador atenção redobrada e realização de multitarefas, a saber a digitação de dados, atendimento ao supervisor,

escuta, resposta e argumentação ao cliente e, ainda, atenção a empresa contratante” (VENCO, 2015, p. 157).

Na realidade, a forma como é instituído o trabalho em equipe no telemarketing se mostra como uma nova forma de controle e inspeção do trabalho, à medida que se atrela o sucesso de um indivíduo na companhia com o grupo que este se insere, a partir da instauração de “metas coletivas”. Como aponta um trabalhador sobre o real modo de funcionamento desse sistema de trabalho:

“(…) a equipe tem que somar para bater a meta, porque a equipe tem uma meta de qualidade e TMA no mês (...) E aí tem alguns outros pontos que eles examinam, que caso você esteja de acordo com algum daqueles você é pontuado. Você tem de 0 a 100, tem as falhas graves e que logo de cara você tira um 0 e isso aí defasa no valor total da equipe. E aí então você tem que fazer um certo trabalho em equipe, você tem que fazer o seu, ajudar o colega e ir importando com a nota da equipe” (Operador De Telemarketing, 9 de agosto de 2018).

Esse trecho de uma entrevista é fundamental para a compreensão dos objetivos ocultados desse instrumento de gestão do trabalho, através da instituição de “metas coletivas”, em que, como apontado pela trabalhadora, a nota individual depende do resultado de equipe, se estabelece um regime de inspeção entre empregados. Se une, portanto, um sistema total de vigilância, em que o indivíduo inserido nesse universo de trabalho passa a ser avaliado não só pelos seus superiores, pelos clientes e por si mesmo, mas também pelos próprios colegas de trabalho.

Muitas das vezes, ao atingir as metas coletivas, os trabalhadores conseguem bonificações extras como jantares em grupo ou um dia adicional de descanso, entretanto, todos os membros do “grupo vencedor” devem estar de acordo com o empenho no processo. Em casos em que algum membro do grupo se recusa a participar do processo de conquista da meta coletiva, os supervisores e, geralmente, os demais integrantes da equipe, exercem uma coerção sobre aqueles. Ao passo que esses indivíduos que se recusam a participar do “time” aparecem como um entrave direto ao acesso à benefícios aos demais trabalhadores. Como demonstrado neste trecho de uma entrevista:

“vamos supor, equipe de 30 pessoas, 8 pessoas não está nem aí e você depende do resultado dessas 8 pessoas, aí vai discernir essa falta de interesse para todo mundo, ah não adianta, aí a causa até uma picuinha, “ah, eu queria, mas esse bosta aí não faz nada” e tal, entendeu? Aí era bem complicado o trabalho em equipe.” (Operador De Telemarketing, 4 de setembro de 2018)

Na realidade, o trabalho em equipe aparece como uma fonte fortificada de monitoramento intra-trabalhadores, à medida que delega à estes uma função de verificação de qualidade e execução das normas pré-instituídas pelos supervisores. O

panóptico Foucaultiano é então internalizado e generalizado entre os trabalhadores, que se encontram em um processo contraditório na realização do seu trabalho, marcado, ao mesmo tempo, pelo medo da vigilância e pela execução desta.

Isto se trata, na verdade, de um projeto do próprio modo Toyota de produção, voltado para a “eliminação da organização autônoma dos trabalhadores”, como aponta Bem Watanabe (WATANABE, 1993, p. 5), líder sindical japonês que acompanhou de perto a implementação desse sistema em seu país, e conseqüentemente, da perda de força da articulação da classe trabalhadora no Japão a partir dos anos 1970. O seguinte trecho escrito por Watanabe sobre a indústria automobilística do Japão no início dos anos 1980, se assemelha fortemente aos modos de C.C.Q.’s instaurados pelos *callcenters* brasileiros da década de 2010 (apontados anteriormente neste capítulo),

“A Toyota trabalha com grupos de oito trabalhadores... Se apenas um deles falha, o grupo perde o aumento, portanto este último garante a produtividade assumindo o papel que antes era da chefia. O mesmo tipo de controle é feito sobre o absenteísmo”. (WATANABE, 1993, p. 5)

Fazendo as devidas adaptações da análise de Antunes sobre o estudo de Gounet acerca do modo toyotista, em que,

“supõe uma intensificação da exploração do trabalho, quer pelo fato de que os operários atuam simultaneamente com várias máquinas diversificadas, quer através do sistema de luzes que possibilitam ao capital intensificar – sem estrangular – o ritmo produtivo do trabalho”(ANTUNES, 2000, p. 35).

Substituindo o uso de “várias máquinas diversificadas” por operações de multitarefas repetitivas e alterando o “sistema de luzes” por controle rígido do horário de pausas e do script, observa-se de que maneira se intensifica o trabalho nessa modalidade taylorista-toyotista.

Bibliografia

ALVES, Giovanni. **Trabalho E Subjetividade: O Espírito Do Toyotismo Na Era Do Capitalismo Manipulatório.** São Paulo, Boitempo, 2011.

ANTUNES, Ricardo. **Adeus Ao Trabalho? Ensaio Sobre As Metamorfoses E A Centralidade Do Mundo Do Trabalho.** Campinas, Editora UNICAMP, 2000.

ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy. **Infoproletários: Degradação Real Do Trabalho Virtual.** São Paulo, Boitempo, 2015.

DEJOURS, Christophe. **A Loucura Do Trabalho: Estudo De Psicopatologia Do Trabalho.** São Paulo, Cortez Editora, 1991.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar E Punir: Nascimento Da Prisão.** Petrópolis, Vozes, 1977.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna.** São Paulo, Edições Loyola, 2014.

LINHART, Danièle. **A Desmedida Do Capital.** São Paulo, Boitempo, 2007.

LUKÁCS, Gyorgy. **As Bases Ontológicas Do Pensamento E Da Atividade Do Homem.** São Paulo, Editora Ciências Humanas, 1978.

MARX, Karl. **Manuscritos Econômico-Filosóficos.** São Paulo, Boitempo, 2004.

OHNO, Taichii. **O Sistema Toyota De Produção: Além Da Produção Em Larga Escala.** Porto Alegre, Bookman, 1997.

TAYLOR, Frederick. **Princípios De Administração Científica.** São Paulo, Editora Atlas, 1995.

VENCO, Selma. Centrais De Teleatividades: O Surgimento Dos Colarinhos Furta-Cores?. In: ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy (Org.). **Infoproletários: Degradação Real Do Trabalho Virtual**. São Paulo, Boitempo, 2015.

VENCO, Selma. **As Engrenagens Do Telemarketing: Vida E Trabalho Na Contemporaneidade**. Campinas, Arte Escrita, 2009.

WATANABE, Bem. Toyotismo: Um Novo Padrão Mundial De Produção. **Revista Dos Metalúrgicos**, São Paulo, Dezembro, 1993.
