



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ- UFPI
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E LETRAS-CCHL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA- PPGS



JOHNNE PETTERSON DE SOUSA ARAUJO

**POR UM FIO: O TRABALHO DE JOVENS EM EMPRESA DE CALL CENTER EM
TERESINA**

TERESINA-PI
2023

JOHNNE PETTERSON DE SOUSA ARAUJO

**POR UM FIO: O TRABALHO DE JOVENS EM EMPRESA DE CALL CENTER EM
TERESINA**

Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, do Centro de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal do Piauí, com vistas à qualificação do grau de Mestre em Sociologia.

Orientadora: Prof. Dr^a. Lila Cristina Xavier Luz

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas e Letras
Divisão de Representação da Informação

A663p Araujo, Johnne Petterson de Sousa.
 Por um fio : o trabalho de jovens em empresa de *call center* em
Teresina / Johnne Petterson de Sousa Araujo. -- 2023.
 141 f.

 Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí, Centro
de Ciências Humanas e Letras, Programa de Pós-Graduação em
Sociologia, Teresina, 2023.
 “Orientadora: Prof. Dr^a. Lila Cristina Xavier Luz”.

 1. Jovens Trabalhadores. 2. *Call Center*. 3. Telemarketing.
I. Luz, Lila Cristina Xavier. II. Título.

CDD 306.36

Dedico este trabalho a Jeová, DEUS todo poderoso,
familiares e amigos que sempre estiveram ao meu lado.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe Fátima e ao meu pai João, que de toda maneira sempre estiveram presentes na minha formação me incentivando e apoiando. À Eudilene, minha namorada, pelo apoio e incentivo, em todo esse processo, me dando forças nos últimos momentos da escrita e encorajando-me a concluir.

Agradeço à minha orientadora, professora Dra. Lila Cristina Xavier Luz, pelo acompanhamento nesse processo de mestrado, a todo o conhecimento, orientação, sempre trazendo elementos para a construção da minha pesquisa, ensinando-me a refletir sociologicamente, agradeço pelo zelo e, principalmente, paciência e empatia em todo o percurso de orientação.

Aos demais professores do Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal do Piauí, pelo esforço em suas aulas e pela contribuição ao aprimoramento dos conhecimentos. Um agradecimento especial também à professora Dra. Maria Sueli Rodrigues que veio a nos deixar em vida.

Aos professores Ana Beatriz Seraine e Jean Henrique Costa por terem aceitado participar da minha banca de qualificação, momento em que trouxeram valiosas contribuições para o prosseguimento da pesquisa. Gratidão por estarem na minha banca final de defesa.

Agradeço ao Senhor Deus pela vida e agradeço também a todas as pessoas que encontrei durante esta jornada, de forma remota ou não e que de alguma forma contribuíram para esta pesquisa, seja com uma indicação de um livro ou palavra de apoio.

Por fim, a todos os operadores de *call center* com quem tive oportunidade de conviver e de aprender durante a minha experiência enquanto *operador de telemarketing* e, principalmente, os que viabilizaram este trabalho, agradeço profundamente por tudo que aprendi e principalmente pela participação.

RESUMO

O presente estudo debruça-se em compreender sobre o trabalho de jovens em empresa de *call center*, na cidade Teresina-PI, na sua atividade trabalhista, que tiveram no *telemarketing* sua inserção no mundo do trabalho. O objetivo deste estudo é, portanto, analisar como se constitui o trabalho em espaços de *call center*, tendo em vista as alterações no mundo do trabalho, em particular, aquelas relacionadas à desregulamentação do trabalho, terceirização e flexibilização e outras expressões dos processos de reestruturação. Para alcançar esse objetivo maior, será relevante, identificar como se constitui a inserção de jovens no trabalho em empresa de *call center* em Teresina. A partir disso, mapear as exigências postas aos jovens trabalhadores em empresa de *call center* em Teresina, e compreender sentidos e significações do trabalho para jovens trabalhadores de empresa de *call center* ante processos de superexploração da força de trabalho. Em seguida, os procedimentos metodológicos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, sendo a utilização de questionários semiestruturado e conversas o instrumento de coleta de dados predominante e análise de conteúdo temática a ferramenta que possibilitou a análise. E por fim, um conjunto de dados que foram discutidos. Na primeira fase desta pesquisa, foi dada ênfase a pesquisa bibliográfica, acerca da relação do trabalho no *call center*, trabalhos entre dissertações e teses produzidas no país. Para esta fase da pesquisa apresentei uma síntese dos principais pontos de discussão abordados nesses estudos. As principais referenciais teóricas utilizadas foram a concepção de trabalho presente na obra de Antunes e também as perspectivas da mulher proposta por Sorj, Probst. a segunda fase da pesquisa consistiu em analisar os discursos dos jovens trabalhadores operadores de uma empresa de telefonia celular de grande porte, localizada em Teresina, para conhecermos a realidade dos mesmos acerca dos efeitos da atividade, trabalho precarizado, pouco qualificado. O estudo revelou que o trabalho realizado é considerado para além do passar um “*trampolim*”, ou seja, como falta de outra oportunidade para os jovens, ocorre que os jovens saem de um *call center*, e vão para outro *call center*, mesmo diante de um trabalho precarizado, pouco qualificado, construindo como única alternativa, outras situações que foi revelado diz respeito ao forte mecanismo de controle por parte da organização do trabalho tais como: ritmos acelerados e repetitivos, insuficiência de pausas e difícil relação com a supervisão, assédio moral e cobranças excessivas por produtividade, esses já são semelhantes aos apresentados em outros estudos, portanto, como os jovens trabalhadores vivenciam um processo de precarização do trabalho gerando impactos sobre sua vida, seu emocional cujo resultado tem sido o discurso da engrenagem do capital.

Palavras-Chave: *Call Center*, Jovens Trabalhadores; Telemarketing.

ABSTRACT

The present study focuses on understanding the work of young people in a call center company, in the city of Teresina-PI, in their labor activity, which had their insertion in the world of work in telemarketing. The objective of this study is, therefore, to analyze how work in call center spaces is constituted, in view of changes in the world of work, in particular, those related to work deregulation, outsourcing and flexibility, and other expressions of restructuring processes. To achieve this greater objective, it will be relevant to identify how young people are included in work at a call center company in Teresina. From this, map the demands placed on young workers in a call center company in Teresina, and understand the meanings and meanings of work for young workers in a call center company in the face of processes of overexploitation of the workforce. Then, the methodological procedures. This is a qualitative research, with the use of a semi-structured questionnaire and conversations being the predominant data collection instrument and thematic content analysis being the tool that enabled the analysis. And finally, a set of data that were discussed. In the first phase of this research, I emphasized the bibliographical research, about the relationship of work in the call center, works between dissertations and theses produced in the country. For this phase of the research, I presented a summary of the main points of discussion addressed in these studies. The main theoretical references used were the conception of work present in the work of Antunes and also the perspectives of women proposed by Sorj, Probst. In the second phase of the research, it consisted of analyzing the speeches of young workers operating a large cell phone company, located in Teresina, in order to know their reality about the effects of the activity, precarious, low-skilled work. The study revealed that the work carried out is considered beyond passing a "springboard", that is, as a lack of another opportunity for young people, it happens that young people leave a call center, and go to another call center, even in the face of a precarious, low-skilled job, building as the only alternative, other situations that were revealed with regard to the strong control mechanism on the part of the work organization such as: accelerated and repetitive rhythms, insufficient breaks and difficult relationship with supervision, moral harassment and excessive charges for productivity, these are already similar to those presented in other studies, therefore, as young workers experience a process of precarious work, generating impacts on their lives, their emotions, the result of which has been the discourse of the gears of capital.

Keywords: Call Center, Young Workers, Telemarketing.

RESUMEN

El presente estudio se centra en comprender el trabajo de los jóvenes en una empresa de call center, en la ciudad de Teresina-PI, en su actividad laboral, que tuvo su inserción en el mundo del trabajo en el telemercadeo. El objetivo de este estudio es, por tanto, analizar cómo se constituye el trabajo en los espacios de call center, ante los cambios en el mundo del trabajo, en particular, los relacionados con la desregulación, la subcontratación y la flexibilidad laboral, y otras expresiones de procesos de reestructuración. Para lograr este objetivo mayor, será relevante identificar cómo los jóvenes son incluidos en el trabajo en una empresa de call center en Teresina. A partir de esto, mapear las demandas impuestas a los jóvenes trabajadores de una empresa de call center en Teresina, y comprender los significados y significados del trabajo de los jóvenes trabajadores de una empresa de call center frente a los procesos de sobreexplotación de la fuerza laboral. Luego, los procedimientos metodológicos. Se trata de una investigación cualitativa, siendo el uso de cuestionario semiestructurado y conversaciones el instrumento predominante de recolección de datos y el análisis de contenido temático la herramienta que posibilitó el análisis. Y finalmente, un conjunto de datos que fueron discutidos. En la primera fase de esta investigación, enfatice la investigación bibliográfica, sobre la relación del trabajo en el call center, trabajos entre disertaciones y tesis producidas en el país. Para esta fase de la investigación, presenté un resumen de los principales puntos de discusión abordados en estos estudios. Los principales referentes teóricos utilizados fueron la concepción de trabajo presente en la obra de Antunes y también las perspectivas de mujer propuestas por Sorj, Probst. En la segunda fase de la investigación, consistió en analizar los discursos de jóvenes trabajadores operadores de una gran empresa de telefonía celular, ubicada en Teresina, con el fin de conocer su realidad sobre los efectos de la actividad, el trabajo precario y de baja calificación. El estudio reveló que el trabajo realizado se considera más allá de pasar un "trampolín", es decir, como falta de otra oportunidad para los jóvenes, sucede que los jóvenes salen de un call center, y se van a otro call center, incluso en el Frente a un trabajo precario y poco calificado, con la construcción como única alternativa, otras situaciones que se revelaron respecto del fuerte mecanismo de control por parte de la organización del trabajo tales como: ritmos acelerados y repetitivos, descansos insuficientes y difícil relación con la supervisión. , acoso moral y cobros excesivos por la productividad, estos ya son similares a los presentados en otros estudios, por lo tanto, los trabajadores jóvenes viven un proceso de precarización laboral, generando impactos en sus vidas, en sus emociones, cuyo resultado ha sido el discurso de los engranajes del capital.

Palabras clave: Call Center, Jóvenes Trabajadores, Telemercadeo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma operacional básico das unidades em Teresina, 2022.....	77
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Perfil dos Operadores de Telemarketing	96
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Característica dos serviços da empresa.....	81
Quadro 2 - Perfil dos operadores de telemarketing da empresa ABrasil Call Center, nomeação fictícia.....	99

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - <i>Call Center</i> como via ao primeiro emprego.....	103
Gráfico 2 - Pretensão de carreira dos jovens trabalhadores na empresa.....	111

LISTA DE SIGLAS

ABT	Associação Brasileira de Telesserviços
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicação
BPO	Business Process Outsourcing (terceirização de processos de negócios)
CAGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
CBO	Classificação Brasileira de Ocupação
CDO	Código de Defesa do Consumidor
CEO	Chief Executive Officer
CNC	Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
CRM	Central de Relacionamento com o Cliente
DAC	Distribuidor Automático de Chamadas
DIEESE	Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ISG	Empresa americana de pesquisa em tecnologia
LGBTQIA+	Lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e queer + orientações sexuais ilimitadas e identidades de gênero
ME	Ministério da Economia
MPT	Ministério Público do Trabalho
TEM	Ministério do Trabalho e Emprego
NR-17	Norma Regulamentadora
PEC	Proposta de Emenda Constitucional
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SAC	Serviço de Atendimento ao Consumidor
SEMDEC	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo
SINTEL/PI	Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações do Piauí
SINTRATEL	Sindicato dos Trabalhadores de Telemarketing

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1 - Considerações sobre as origens do <i>Call Center</i>	28
1.1 <i>Call Center</i>: estrutura e regulamentações.....	36
1.2 Metamorfoses no/do trabalho na sociedade contemporânea.....	39
1.3. Terceirismo, flexibilidade e a intensificação do setor de serviços	42
CAPÍTULO 2 – Os Call Centers: um setor em expansão.....	50
2.1 Arranjos de trabalho em <i>Call Centers</i> está por todo lado.....	50
2.2 A pandemia no emprego do <i>call center</i>: um “laboratório” de precarização.....	53
2.3 O trabalho em empresa de <i>call centers</i>: identidade e outras questões.....	56
CAPÍTULO 3 – O trabalho no <i>call center</i> e sua relação de feminização	63
3.1 Algumas reflexões sobre mulheres e mercado de trabalho.....	63
3.1.1 Feminização no segmento de serviços	68
3.2 <i>ABrasil Call Center</i>: um negócio global	71
3.2.1 <i>ABrasil Call Center</i>: empresa flexível e a perspectiva dos trabalhadores	73
3.3 A empresa em Teresina – Piauí.....	76
3.3.1 Sistema de metas: <i>ABrasil call center</i>	78
3.3.2 A instalação de <i>Call Center</i> no Piauí.....	82
CAPÍTULO 4 – a dimensão juvenil do/no trabalho no <i>call center</i> em teresina	86
4.1 Juventude: uma categoria social e histórica	87
4.1.2 Jovens que trabalham na <i>ABrasil Call Center</i> em Teresina.....	91
4.2 Terceirização no fio: os jovens <i>operadores de telemarketing</i>.....	96
4.2.1 Trabalho flexível e precário: condições e identidades.....	106
4.4 O trabalho por um fio: os jovens na corda bamba	111
4.4.1 Um olhar sobre o trabalho dos jovens por eles mesmos.....	115
4.4.2 O emocional por um fio: trabalho do <i>operador de telemarketing</i>	118
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	125
REFERÊNCIAS	129
APÊNDICES	139
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS JOVENS TRABALHADORES OPERADORES DE TELEMARKETING	139
APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO APLICADO AO SUPERVISOR	141

INTRODUÇÃO

A presente dissertação trata sobre o trabalho de jovens em empresa de *call center*. A motivação para estudar esse tema emergiu da nossa experiência de trabalho em empresas desse setor. Nossa atuação como *operador de telemarketing* proporcionou inquietações sobre a vivência juvenil voltadas à permanência na atividade, bem como acerca dos processos de metamorfose as opressões geracionais e as necessidades enfrentadas ante as limitações de oportunidades de trabalho em Teresina. Uma realidade ainda pouco conhecida, dada a escassez de estudos sobre jovens em relação ao trabalho no telemarketing no município de Teresina ou qualquer outra dinâmica mais geral no *call center*. Por essa razão, a presente investigação constitui-se relevante para conhecer a realidade de jovens nesse mercado de trabalho.

No Brasil, a prestação de serviços de *call centers* se tornou uma ocupação de grandes proporções, em razão de sua elevada capacidade de gerar emprego. Com o processo de racionalização de atendimento de consumidores e de externalização de atividades secundárias pelas empresas, após as transformações no cenário econômico e político que viabilizaram tal processo, o segmento de *call centers* tem crescido em um ritmo acelerado em termos de posições de atendimento (PAs) e, conseqüentemente, ampliado o número de postos de trabalho.

Em relação às posições de atendimento (PAs), é possível identificar a importância das empresas terceirizadas do segmento dos *call centers*. Em 2017, das 739 mil posições de atendimento (PAs), cerca de 98 mil se concentram apenas nas três maiores empresas terceirizadas do segmento: Atento (48.233 PA), LIQ (36.000 PA) e Almax (14.037 PA), segundo o ranking do site Call Center. Inf¹. O Cadastro Geral de Empregadores e Desempregados (CAGED), divulgado em 2019, destaca que o ranking no número de empregos formais é de empresa de *call center* Atento, que reunia, em fevereiro daquele ano, 73.822 trabalhadores. Em seguida, a BRF S.A, companhia de alimentos, com mais de 30 marcas em seu portfólio, entre elas, a Sadia e Perdigão, com 55.513, e posteriormente a Vale, com 42.446 trabalhadores.

¹Portal eletrônico: Lançado em outubro de 2001, uma Revista com linha editorial focada em evidenciar a visão estratégica nas tomadas de decisão durante todo o processo de gestão de relacionamento com clientes, abordando conceitos como gestão de relacionamento com o cliente, fidelização, centrais de atendimento, dentre outros. A saber mais consultar: <https://portal.clientesa.com.br>

Em relação à condição empregatícia, o município de Teresina representa um polo de concentração desse ramo de empresas de *call center*, como a Equatorial Energia, Executiva Recuperação de Crédito, Grupo Adriano Cobuccio e o Grupo Algar. Essas empresas constituem um importante fator de produção de serviços. Sem dúvidas, o trabalho nos *call centers* tem se destacado como fonte do primeiro emprego formal para muitos jovens, em especial para jovens mulheres.

Este estudo tem por tema o trabalho de jovens teresinenses e como a análise sobre como vem se constituindo esse trabalho em espaços de *call center*, tendo em vista as alterações no mundo do trabalho, em particular, aquelas relacionadas à desregulamentação do trabalho, terceirização e flexibilização, dentre outras expressões dos processos de reestruturação. No Brasil, com a aprovação da Emenda Constitucional 95, em 2017, no governo de Michel Temer, os investimentos públicos na área social foram congelados por vinte anos. Como se não bastasse, em 2017, foi aprovada a nova Lei da Terceirização, Lei de nº 13.429/2017 que regulamenta a Terceirização irrestrita para todas as atividades do setor público e privado, isto é, abriu uma portaria a uma terceirização desenfreadas e sem amarras ao empresariado e a Reforma Trabalhista aprovada também no mesmo ano de 2017, com a Lei de nº 13.467/2017 que alterou mais de 100 artigos das leis do trabalho e que também regulamentou diversas formas de trabalho precário, como o trabalho intermitente, o teletrabalho, a prevalência do negociado sobre o legislado, que têm impactado na classe trabalhadora. Essas e outras formas de legislar na vida social no país, intensificou, sem dúvida, formas de exploração do trabalho em todos os âmbitos, ou seja, ocasionado uma construção intensiva de uma massa de precários.

Contudo, no mundo do trabalho, os jovens sempre foram os mais afetados pelas políticas de austeridade e privatização de bens públicos, além de serem os que contribuem para aumentar os índices de desemprego. Conforme dados do IBGE (2022), o desemprego entre jovens de 18 a 24 anos terminou o ano com 16,4%, uma taxa que coloca os jovens como a maior taxa média de desemprego entre a população geral. Já no primeiro trimestre de 2023, a taxa de desemprego entre a mesma faixa etária de jovens subiu para 18%, um aumento de 1,6 pontos percentuais em relação ao período do ano de 2022, os dados fazem parte da PNAD contínua (Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios Contínua) trimestral. Com base nas informações, observa-se que são os jovens aqueles que são os mais afetados pelo desemprego contínuo. Para muitos jovens, o cenário de atividade vem sendo marcada por situações de desemprego contínuo, frustrando a construção de uma trajetória ocupacional, conforme se observava no período não tão distante.

O trabalho de Reis (2015) é um relevante referencial para entender a introdução dos jovens no mundo do trabalho brasileiro. Segundo o autor, a procura por um emprego tem uma duração muito maior entre os jovens que tentam o primeiro emprego, pois o primeiro emprego tende a apresentar características de qualidade em dimensões relacionadas a salário, informalidade e estabilidade. Esse conjunto de impressões parece ser compatível com o cenário presumível, os que jovens ingressam no trabalho em condições precárias, com baixos salários e elevadas jornadas de trabalho, além de conviverem com inseguranças e medo de perder o emprego, também sofrem os mais diversos tipos de assédios morais, sexuais e psicológicos nas ocupações laborais.

Nesse cenário, a falta de criação de novas frentes de trabalho em diversas áreas, a apropriação, cada vez mais desigual das riquezas socialmente produzidas, o envolvimento do Estado na gestão de políticas que favorecem a acumulação do capital, a privatização, o crescimento da terceirização de serviços, sobretudo, na esfera pública e o aumento do desemprego estrutural têm tornado o trabalho no *call center* um dos que mais cresce. Registros acerca da instalação dessas empresas de *call center* em Teresina identificam que esse setor gerou 8 mil postos de trabalho no ano de 2014. Esses e outros fatores parece ser uma das razões que alimenta o ideário de que esse setor irá substituir o trabalho físico, inclusive em instituições públicas. Contudo, as especificidades da empresa de *call center* lembram bastante as estruturas fabris dos anos 1990, com rotinas muito padronizadas e controladas, sobretudo aquelas rotinas relacionadas ao trabalho na produção de serviços. (NETO, 2005).

Essa realidade de constituição, dessa forma de emprego em *call center*, nos leva a indagar: Como se constitui o trabalho de jovens em empresas de *call center* em Teresina? E ainda: Como se constitui a inserção de jovens no trabalho em empresas de *call center* em Teresina? Que exigências são postas aos jovens trabalhadores?

Estes questionamentos tornam-se mais coerentes quando identificamos a abundância de jovens trabalhando nesse tipo de empresa e, sobretudo, o constante anúncio por representante do setor público, da chegada de mais empresas desse tipo na cidade. Também explicitam dúvidas acerca de quem pode ter acesso a esse tipo de emprego. Frente a essas inquietações, nosso propósito é conhecer como se constitui o trabalho de jovens em empresa de *call center* em Teresina. Para tanto, foi necessário identificar como se constitui a inserção de jovens no trabalho em empresa de *call center* em Teresina; mapear as exigências postas aos jovens trabalhadores em empresa de *call center* em Teresina; compreender sentidos e significações do

trabalho para jovens trabalhadores de empresa de *call center* ante processos de superexploração da força de trabalho.

Nossa suposição é de que os jovens de Teresina encontram no *call center* uma forma de ingressar ao mercado de trabalho, porém não o considera primeiro emprego, mas apenas um meio para custear necessidades para continuar construindo outra alternativa de futuro. Portanto, como oportunidade provisória a ser usufruída até que seja construída aquela inerente ao “projeto de vida” desenhado e desejado para o futuro.

Conhecer essa realidade, principalmente, em um contexto marcado pelo agravamento das desigualdades sociais, possibilita construir referências para compreender o elevado índice de desemprego e a incorporação dos jovens em trabalho precarizado, pouco qualificado.

Conforme Luz *et al* (2022), o Brasil é um país cindido pela desigualdade social e a renda é um demarcador, posto que expressa a distribuição desigual de recursos e renda. Nesse contexto, para a autora: “Uma das consequências da desigualdade de renda, quando referimos a vida laboral, é o crescimento das ocupações por conta própria, do número de horas trabalhadas e da vulnerabilidade no trabalho.” (p. 110), a exemplo do que ocorre no *call center*. Compreender como ocorre o trabalho no *call center* é uma forma de contribuir para ampliar reflexões acerca do mundo do trabalho, que incorpora sobretudo os jovens, estes atingidos pelas incertezas cada vez maiores não apenas em relação ao futuro, mas também ao presente.

As mudanças que estamos passando são tão intensas que podemos afirmar que este momento é único na história da humanidade. As transformações que ocorrem nos dias de hoje são tão impactantes e significativas que Antunes (1995, p. 15), atesta que "a classe-que-vive-do-trabalho sofreu a mais aguda crise deste século, que atingiu não só a sua materialidade, mas teve repercussões na sua subjetividade e, no íntimo inter-relacionamento desses níveis, afetou a sua forma de ser" a exemplo do que ocorre no *call center*. Deste modo, compreender como ocorre o trabalho no *call center* é uma forma de contribuir para ampliar reflexões acerca do mundo do trabalho, que incorpora sobretudo os jovens, estes atingidos pelas incertezas cada vez maiores não apenas em relação ao futuro, mas também ao presente.

Desta forma, a relevância dessa investigação compreende a importância de se conhecer um contexto social marcado por extrema desigualdade social, elevado índice de desemprego e incorporação dos jovens em trabalho pouco qualificado. Conhecer como ocorre o trabalho no *call center* é uma forma de contribuir para ampliar reflexões acerca do mundo do trabalho, que incorpora sobretudo os jovens.

Com essa preocupação, os sujeitos da investigação deste estudo são trabalhadores jovens de uma empresa de *call center*, localizada em Teresina, no Piauí, Nordeste do Brasil. O Nordeste é um território em que muito recentemente, entre 2013 e 2023, foi identificada a ocorrência de dispersão desse tipo de empresa, as quais, são estruturadas sob o preceito da utilização seletiva da complexidade informacional, técnica, financiada com incentivos fiscais oferecidos por alguns municípios, como o que ocorreu em Teresina. A empresa estudada não terá seu nome original divulgado neste trabalho, sendo chamada de *ABrasil call center*, nomeação fictícia. Essa escolha não tem um aspecto de estilo, mas ocorre por duas razões importantes e que as esclareceremos a seguir.

Esse marco temporal que ocorreu em 2015 corresponde a um período de esgotamento do projeto neodesenvolvimentista² e de escalada do conservadorismo (ALVES KELLER, 2019), razão pela qual às empresas é permitida a incorporação lucrativa de espaços em que os recursos, sobretudo, de capital e trabalho, são desvalorizados, desumanizados. Além disso, diversamente do anunciado, a criação de empregos formais não é acompanhada de maior proteção do trabalhador, reproduzindo as contradições inerentes ao capitalismo. O capitalismo que se alimenta de crise, seja em um contexto político, econômico ou sanitário, como o da Covid-19. Por isso, os elementos vivenciados nos últimos anos no Brasil, identificamos um conjunto de medidas conjunturais a serviço de um capital estrutural de caráter ultra neoliberal³. Dentre as quais, destacamos a retirada de direitos aprofundando as desigualdades sociais e impossibilitando um futuro melhor para a classe trabalhadora, mas sobretudo para as jovens, em razão de processos de feminilização do trabalho nesse contexto.

Para alcançar os objetivos destacados, adotamos uma estratégia metodológica dividida em várias etapas. Uma primeira consistiu em uma revisão teórica, com vistas a cortejar categorias necessárias para a compreensão da realidade investigada. Como destaca Boccato (2006), a pesquisa bibliográfica busca o levantamento e análise crítica dos estudos publicados sobre o tema a ser pesquisado com intuito de atualizar, desenvolver o conhecimento e contribuir

² O projeto este, segundo Alves (2014, p. 142) “é a Síntese política possível do desenvolvimento social do capitalismo brasileiro nas condições da crise estrutural do capital”. Maiores informações ler: ALVES, Giovanni. Trabalho e Neodesenvolvimentismo. Choque de capitalismo e nova degradação do trabalho no Brasil. Ed. Canal, 1ªEd, São Paulo, 2014.

³ Processo após o golpe jurídico-midiático-parlamentar, que desenrola em 2016 no Brasil, criando espaço para uma série de investidas aos direitos sociais (PAIVA; HILLESHEIM, 2016).

com a realização da pesquisa. Neste trabalho, as categorias que serviram de horizonte de análise foram: modo de produção capitalista, Catani (1985), Marx (1996); acumulação flexível, trabalho, emprego no *call center*, trabalho precário, emprego precário, Antunes (2002), Mancini (2001), Harvey (2008) e outros, por considerarmos referências norteadoras do conhecimento da realidade do trabalho dos/as jovens no contexto acima explicitado.

Não identificamos pesquisas com esse enfoque, isto é, sobre jovens trabalhadores no *call center*, por essa razão, acreditamos que a investigação possibilita um olhar e um novo lugar ao trabalho de jovens. Um trabalho invisibilizado, mas presente na comunicação em chats, e-mails, mensagens acerca de cobranças, de vendas de produtos, assistência de atendimento, campanhas de marketing, suporte técnico, atendimento aos clientes, ou seja, vai além de simplesmente atender telefones, uma vez que o trabalho no *call center* é o principal elo de relacionamento entre as empresas e seus clientes. Portanto, a partir das reflexões aqui presentes é possível conhecer particularidades de como os jovens são envolvidos e vivem a engrenagem do trabalho por um fio.

Para tanto, abordamos jovens trabalhadores de uma empresa de *call center*, denominada, com nome fictício, *ABrasil call center*. Uma empresa localizada no município de Teresina, estado do Piauí, que tem como atividade principal o mercado de teleatendimento. Entre os motivos, estava o fato de a mesma pertencer a uma grande empresa de *call center* ou *contact center*, com filiais espalhadas pelo Brasil e no mundo e com um elevado número de trabalhadores no país, além da mesma ser conhecida popularmente na cidade por contrata-los e pelo número elevado de vagas oferecidas, uma vez que muitos jovens procuram a empresa, mesmos aqueles que já passaram por experiência laboral em outro *call center*, elemento apontado inclusive na presente pesquisa.

Em Teresina, até os anos de 2013 e 2014, não identificamos registro sobre a existência de empresas de *telemarketing* com grandes centrais de atendimento. Segundo dados do endereço on-line da própria empresa, no Nordeste, a companhia conta com mais de 19.000 profissionais, dos quais (60%) tem até 25 anos, e (70%) está na condição de seu primeiro emprego. No mesmo endereço on-line, identificamos que em Teresina, a *ABrasil call center* supera o total de 5.200 trabalhadores, dos quais, (83%) estão na condição de “primeiro emprego”, exercendo, na sua maioria, a função de *operador de telemarketing*, há 2 anos ou mais.

Foi desse contingente de trabalhadores que realizamos trinta e uma interlocuções com os sujeitos participantes que compõem esse estudo e também a aplicação de questionários⁴ com os jovens trabalhadores da empresa *ABrasil call center*, na faixa etária de 18 a 29 anos, envolvendo trinta *operadores de telemarketing*, de acordo com os critérios como sexo, idade, escolaridade, dentre outros. Aplicamos também questionário com um supervisor, como instrumento para caracterizar os serviços prestados pela empresa, tipo de atendimentos, entre outros. Nos questionários, os trabalhadores responderam perguntas objetivas e subjetivas. A respeito do questionário Dencker (1998, p. 148), destaca que o questionário: “[...] permite a obtenção de uma grande quantidade de informações com referência a aspectos bastante diversificados”. As conversas e o questionário produzidos por nós correspondem ao período de 27 de julho de 2022 a 08 de setembro de 2022. Acreditamos que no caso da escolha de um supervisor, além de complementação de dados do trabalho, proporcionou uma visão diferenciada sobre o funcionamento de gestão do corpo da empresa e, além disso, podemos perceber semelhanças e diferenças nas relações de trabalho entre os jovens trabalhadores aos mecanismos de gestão da empresa.

Definimos o critério da faixa etária dos indivíduos a serem estudados centrando em jovens entre 18 e 29 anos, tendo em vista que a admissão no *call center* ocorre a partir dos 18 anos. No entanto, ressaltamos que a definição da categoria juventude é irredutível ao fator biológico, não sendo uma categoria una e homogênea, mas sim uma categoria histórica e social (CARRANO, 2000; PAIS, 2003; GROppo, 2017), como abordaremos no decorrer desse estudo. Os jovens ocupam os mais diferenciados espaços, em variáveis socioeconômicas e culturais, por isso salientamos a relevância de compreender a juventude em suas diferentes dimensões (LIMA FILHO, 2015), reconhecendo tanto as similitudes como as especificidades da condição juvenil.

A seleção desses sujeitos participantes teve por critério o fato de os mesmos estarem exercendo, no momento da abordagem, a função de *operador de telemarketing*, a maioria em posição de atendimento. Dentro dos seus limites, essa estratégia teve como propósito saber tanto suas impressões sobre aquele trabalho quanto para saber como se dinamiza o labor cotidiano naquele *call center*. Além de buscar apreender o histórico laboral destes trabalhadores jovens e dos referenciais que os mesmos carregam.

⁴ Os roteiros dos questionários semiestruturado encontra-se no apêndice deste estudo.

As informações sociodemográficas para construir o perfil dos jovens trabalhadores⁵, *operadores de telemarketing*, foram obtidas através de questionamentos para pensar sobre os desafios, isto é, não se trata apenas de elencar questões, mas pensar a partir delas, pois a pesquisa deve ser a todo o momento um processo criativo e reflexivo. O resultado expresso em gráficos somente vale para os trinta interlocutores, jovens trabalhadores, *operadores de telemarketing*, participantes dessa pesquisa. Os percentuais apresentados servem, então, somente como ilustração.

As informações recolhidas permitiram-nos, dentre outras, consolidar o seguinte perfil em relação ao do sexo dos jovens *operadores de telemarketing* em *call center* de Teresina-PI: observamos que diante da quantidade dos participantes dessa pesquisa, em sua maioria temos a predominância de jovens trabalhadores do sexo feminino, sendo que o percentual é de (78,6%) enquanto o percentual de operadores do sexo masculino é de (21,4%). Os sujeitos participantes não sinalizaram identificação como transgênero, nem como não-binário.

A pesquisa mostra neste sentido que há uma concordância com dados de pesquisas realizadas anteriormente no setor de *call center* em outras regiões do Brasil que atendem em grande medida o mesmo segmento de trabalhadores. Concordância com (VENCO, 2006; NOGUEIRA, 2011; BRAGA, 2014). Em suma, além da composição jovem, o perfil dos trabalhadores jovens, *operadores de telemarketing* se caracterizou como sendo predominantemente feminino. Este perfil emoldura bem com as exigências gerais de uma empresa que dinamiza o ritmo do trabalho e requer sempre mais eficiência, pautada numa força de trabalho feminina, pois as mulheres representam esse trabalho mais cuidadoso, mais atencioso.

Para garantir o anonimato dos sujeitos participantes, nenhuma informação que possa identificá-los de alguma forma aos interlocutores da pesquisa será divulgada. Nesse sentido, para identificá-los no decorrer desse estudo, foi atribuído como sujeitos participantes um codinome utilizando as duas primeiras iniciais do nome dos interlocutores ou até três para evitar repetição e confundi-los, o sexo e a idade e na ordem que ocorreu as abordagens.

Em relação a garantir a diversidade de sexo, abordamos jovens do sexo masculino e feminino, por considerarmos que esse segmento apresenta diferenças e similitudes em relação

⁵ Os dados quantitativos apresentados não representam a proporção dos jovens trabalhadores da empresa estudada, mas somente os de um grupo de sujeitos participantes do estudo.

às exigências em relação às atividades de *telemarketing*, pois as pessoas do sexo feminino possuem atributos pessoais tais como: voz mais suave, disponibilidade para ouvir, paciência, voz mais confiável, entre outros. Segundo Segnini (2001), a percepção que abordam melhor os clientes, ou seja, conferir qualidades, como por exemplo, “cuidadosa”, “atenciosa”, “afetiva”, dentre outras, como características naturais à mulher reforça a concepção de que a mulher e trabalhadora são modelos inerente à condição feminina.

As abordagens variaram, o primeiro contato com os participantes da pesquisa foi a ida do pesquisador ao Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações do Piauí (SINTTEL/PIAUÍ), em reunião agendada previamente via telefone com o presidente do citado Sindicato. Recorremos a essa estratégia para construir confiança, pois alguns trabalhadores tinham receio quanto aos encaminhamentos da investigação e por isso recusaram a participar da mesma. Essa situação foi contornada logo no primeiro contato, mediante explicação acerca dos objetivos e finalidade acadêmica da investigação, preservação do anonimato dos participantes e destino das informações e também pelo fato do pesquisador conhecer alguns dos sujeitos participantes.

O que foi observado na visita ao sindicato, foi que o mesmo não possui dados levantados nessa pesquisa, por exemplo, foi indagado sobre a homologação das demissões dos trabalhadores, o que abriria possibilidade de verifica a rotatividade no setor de *call center*, obtive como resposta, “as homologações são todas realidades online”, não se procura mais o sindicato para essa ocorrência. Inicialmente foi verificado uma ausência da organização coletiva por partes dos trabalhadores de *call center*. O que corrobora com as pesquisas realizadas anteriormente em outros sindicatos. Segundo Cavaignac (2010), a relação de contratação terceirizada dificulta o reconhecimento com as entidades. No entanto, não é nosso objeto de análise a organização coletiva desses trabalhadores, mas é relevante destacar a existência dessa entidade e a dificuldade que existe para essa categoria se organizar pelas próprias características do setor, que é predominantemente terceirizado, a individualização, a falta de identificação e de alta rotatividade, mas que não anulam completamente as formas de resistência.

O fato de o pesquisador já ter sido *operador de telemarketing*, na mesma empresa pesquisada, proporcionou a buscarmos outro meio para acesso aos sujeitos interlocutores, o que nos levou a uma aproximação intermediada, a da prática de “amostragem em bola de neve”. A utilização desse método requer um passo inicial, o acesso a informantes-chaves, que podem ser chamados de sementes, e ajudam o pesquisador a contatar à população-alvo a ser estudada.

Vinuto (2014) assinala que a prática é por vezes utilizada nas pesquisas qualitativas, mas pouco nomeada nos estudos, o que a leva a uma condição periférica. Para nossa pesquisa, essa estratégia tornou-se favorável, já que de início o acesso direto aos indivíduos se mostrou complicado pelo nosso interesse em investigar jovens trabalhadores em *call center* e abordar questões subjetivas.

Seguindo esse método:

Solicita-se que as pessoas indicadas pelas sementes indiquem novos contatos com as características desejadas, a partir de sua própria rede pessoal, e assim sucessivamente e dessa forma, o quadro de amostragem pode crescer a cada entrevista, caso seja interesse do pesquisador (VINUTO, 2014, p. 203).

A amostragem em bola de neve não é um método independente, pois a cada momento são evidenciadas as características específicas do estudo em questão para a indicação, além de que os indivíduos indicados podem se negar a participar – como ocorreu recusa por parte de alguns. A entrada no campo da pesquisa deu-se mediante contato com uma primeira semente que participou de nossa pesquisa e indicou outro indivíduo, foi elaborado um questionário por nós utilizando a ferramenta do *Google Forms*, enviado para sementes e também para o sindicato. Vinuto (2014) sinaliza um ponto que seria desfavorável para esse tipo de técnica de pesquisa: que a semente, ao indicar indivíduos de sua rede partícula, fará com que o pesquisador tenha acesso a relatos semelhantes, o que pode limitar a variabilidade das narrativas, mas que esse risco pode ser reduzido ao obter sementes oriundas de redes diversas. Fato é que tivemos acesso a sementes diversas no desenvolvimento desse estudo. Além disso, a metodologia permitiu o desenvolvimento de uma confiança com o interlocutor devido à intermediação pessoal, que se mostra favorável para o momento dos questionamentos.

Com a utilização dessa técnica, realizamos trinta e uma interlocuções, com indicações de dez sementes, sendo oito delas também participaram como interlocutores. Desse total, uma se configura como informante por não fazer parte do perfil de *operador de telemarketing* a que nos propomos neste estudo, mas foi necessária para coleta de informações sobre dados do *call center*. Em algumas indicações houve recusa imediata e em outros casos os indicados aceitaram participar da pesquisa.

O uso dessa técnica é sinalizado por Vinuto (2014) como importante para o acesso a grupos mais difíceis. Apesar do número alto de jovens *operadores de telemarketing*, conseguir sua participação na pesquisa não foi tarefa simples, considerando que suas rotinas muitas vezes são atravessadas por inúmeras atividades – algo que retrataremos quando discorrermos sobre o

modo de realização das interlocuções –, além da desconfiança receio de alguns em participar da pesquisa.

O contato para a realização dessas interlocuções e o envio do questionário produzido para esse estudo foi feito diretamente por nós. As sementes indicavam-nos os indivíduos e com isso iniciávamos o processo mediante contato via internet, redes sociais, visto que seria mais fácil do que conseguir uma ligação telefônica com os jovens. O leitor pode indagar o porquê das dificuldades em conseguir participantes para a pesquisa, haja vista que tivemos a experiência como *operador de telemarketing* nas duas maiores empresa de *call center* e com isso poderíamos acessar a rede de pessoas que conhecemos, no entanto, pelo caráter transitório do emprego no setor, muitas pessoas não estavam mais nessa ocupação, e também o fechamento de um *call center* no mesmo período causando também essa dificuldade, as pessoas sentiam receios.

Nesse processo, obtivemos diferentes sementes. Isso possibilitou que tivéssemos acesso a diversificados caminhos, fazendo com que não caíssemos no risco de termos apenas narrativas idênticas, mas sim uma variedade nos relatos. Aqueles a que chamamos de intermediários foram pessoas indicadas pelas sementes e que, após serem questionados, intermediaram o contato com outros indivíduos que conheciam e que estavam dentro do perfil por nós proposto. Ao longo desse estudo, quando destacarmos seus relatos, utilizaremos a identificação dos sujeitos participantes por ordem das interlocuções realizadas as três primeiras letras do nome, sexo e idade.

Explicamos em princípio que não havíamos estabelecido um número de interlocutores, pois nos propomos a percorrer o caminho das indicações que fossem aparecendo, mas no processo de coleta dos dados, de transcrição dos relatos e da análise observamos que as narrativas começavam a apresentar semelhanças dentro das suas especificidades, levando-nos ao ponto de saturação, ou seja, não diz respeito à particularidade das trajetórias dos interlocutores, antes de tudo reconhecemos que quando tratamos de subjetividade nunca teremos um ponto final. Deixamos explicitar que a saturação alcançada diz respeito aos objetivos da pesquisa, os dados que foram obtidos delinearam os questionamentos a que buscávamos compreender. Com isso, os relatos apreendidos até aqui nos permitiram compreender a subjetividade dos jovens em suas trajetórias, motivações, expectativas, dentre outras.

Apesar da relevância desses dados e do mapeamento que os participantes proporcionaram. Quanto a concepção da pesquisa, o referido estudo se insere na perspectiva da abordagem qualitativa. Para Minayo (2014, p. 408), no que se refere à pesquisa qualitativa, pode-se dizer que “a pesquisa qualitativa se preocupa com o nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, ela trabalha com o universo de significados, de motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes”. Pois tenho em mente que a abordagem com as descrições estatísticas não tem centralidade nessa pesquisa. Funcionou como um artifício, trazendo resultados importantes, mas não está no cerne do que considero relevante para esse estudo. Além disso, não poderia desperdiçar a pesquisa que realizei e fiz o esforço de sistematizar os dados que surgiram a partir da aplicação deste questionário semiestruturado. Essas estatísticas descritivas são uma maneira de apresentar os dados de uma forma singular e também podem ser utilizadas de outras formas e também sendo manejada por outras vias, Babbie (1999). É como dar um indício característico à descrição dos dados, tornando-os mais interessantes e acessíveis.

Toda essa investigação foi orientada pela “Ética em pesquisa”, conforme a Resolução 196 de outubro de 1996, tanto no que refere ao consentimento livre esclarecido, como em relação ao sigilo das informações dos sujeitos. Também, para aproximação e estabelecimento de contatos com os sujeitos, consideramos o que afirma Kaiser (2006, p.94): “Qualquer um que deseje conhecer um fenômeno só poderá ter sucesso se entrar em contato com ele, ou seja, vivê-lo (praticá-lo) dentro do próprio meio deste fenômeno”. Ressaltamos que a pesquisa de campo ocorreu em dois segmentos de amostra, em contato distintos, isto é, como jovens trabalhadores de *call center* e com o supervisor do respectivo *call center*.

Em relação à estrutura desse trabalho foi dividido em quatro capítulos, além da introdução. O primeiro capítulo conta com um quadro referencial teórico-conceitual que explora o contexto histórico do *call center*, apresentando sua estrutura e regulamentações, um panorama do atual mundo do trabalho e suas metamorfoses. Aqui serão apresentadas e discutidas as proposições teóricas adotadas buscando estabelecer uma articulação entre os subtópicos.

No segundo capítulo, inicia um trabalho de explicação a despeito da expansão de *call center* e seus arranjos. Para este ponto, observamos as articulações do capital com a crise da Covid-19, sobretudo, o cenário em que a empresa está inserida. Abordam-se as transformações,

política econômica que viabilizaram a expansão dos *call centers* em Teresina. Esse capítulo também visa à necessidade de fazer com que o leitor conheça um pouco mais sobre o *call center*.

No terceiro capítulo, discutimos a feminização o trabalho no *call center*, no segmento de serviços, também, abordamos elementos da rotatividade nesse segmento, aspecto este, inerente ao setor de *call center*. Já no quarto capítulo, abordamos a admissão juvenil no mundo do trabalho por via do trabalho no *call center*. Além disso, o perfil dos trabalhadores é mostrado explorando os aspectos sobre o trabalho, bem como, compreender como os esquemas de disciplina e controle dentro do *call center* são aplicados na empresa.

No que refere a aspectos da minha subjetividade não captada nesta base de dados, enquanto o pesquisador exercia atividade de *operador de telemarketing*, proporcionou-o à proximidade com alguns sujeitos participantes deste estudo – jovens trabalhadores de *call center* – nos proporcionou este estudo para identificar aspectos relacionados à subjetividade desses jovens trabalhadores, trazendo elementos até aqui desconhecidos no cenário de *call center* no município de Teresina a se discutir. Os jovens que compõem esse estudo, trabalhadores do setor de *call center*, trazem uma série de práticas e expectativas declaradas. Estes jovens trabalhadores são invisibilizados, conhecidos no *call center* por suportar o trabalho precarizado, pouco qualificado. Por fim, numa tentativa de condensar as análises e expor nossas reflexões, levamos a apresentar algumas conclusões finais.

CAPÍTULO 1 - CONSIDERAÇÕES SOBRE AS ORIGENS DO *CALL CENTER*

No Brasil, o processo de produção do setor econômico de serviços⁶ de telecomunicações tem-se ampliado ano após ano. Esse processo está relacionado principalmente às privatizações do setor de Telecomunicações, ao aumento exponencial do número de linhas telefônicas e a criação do Código de Defesa do Consumidor, em 1990, com a criação da Lei nº 8.078/1990.

De acordo com Cavalcante (2009), as privatizações realizadas no governo de Fernando Henrique Cardoso, materializadas por meio da quebra do monopólio das Telecomunicações no ano de 1995, na criação da Lei Geral das Telecomunicações no ano de 1997 e a venda de todo o Sistema Nacional de Telecomunicações S. A.- Telebrás⁷ no ano de 1998. Essas medidas representam importantes mudanças nas relações do trabalho no setor, transformando a estrutura do uso e controle da força de trabalho e de sua representatividade. Mais precisamente criando uma nova categoria de trabalhadores, gerando novos posto de trabalho, principalmente para a população jovem, com novas formas de vínculos formais de empregos, em um cenário de deformações do mundo do trabalho.

Da forma como ocorreu, a implementação da privatização do sistema Telebrás, ocorrida em 1998, beneficiou somente as empresas estrangeiras que participaram⁸. Segundo Cavalcante (2009), pouco antes desse processo de privatização desse sistema, foi investido mais de R\$ 26 bilhões de reais do pelo poder público para o revitalizar, em razão da falta de

⁶ Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2007), o termo “serviços” substitui a antiga nomenclatura “terciário”, que compreendia os seguintes segmentos: comércio, transporte e serviços. Com a nomenclatura atual, o segmento de serviços passa a ser constituídos pelos seguintes ramos: comércio, transportes, comunicações, instituições financeiras, administração pública e outros serviços.

⁷ Criado em 1972 e, até a década de 1990, era responsável pela prestação de todos os serviços de telecomunicações, incluindo telefonia fixa, celular e serviços de valor adicionado (SVA). Todavia, a formação do monopólio público das telecomunicações no Brasil remonta ao final da década de 50 e início da de 60, período no qual o Código Nacional de Telecomunicações (CBT) de 1962 instituiu as bases de formação do Sistema Brasileiro de Telecomunicações. Nesse período, a empresa predominante no país era uma subsidiária da *Canadian Traction Light and Power Company*, que operava 62% das linhas de telefonia fixa instaladas no país, concentradas principalmente nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo, tendo sido nacionalizada no final dos anos 1960, e os restantes 38% do mercado estavam divididos por mais de 800 entidades, entre prefeituras, empresas privadas e cooperativas espalhadas pelo resto do país (NOVAES, 2000).

⁸ Não vamos entrar em detalhes sobre como o Estado brasileiro se ajusta estruturalmente. Para maiores referências sobre a experiência do setor de telecomunicações conferir Cavalcante (2009).

investimentos. Pouco tempo antes de sua privatização, o sistema Telebrás já estava presente em mais de 22,9 mil localidades (TELEBRAS, s/d). O montante arrecado com sua privatização foi somente de 22 bilhões. Esse modelo de privatizações de telecomunicações no Brasil, partiu do processo semelhante na América Latina e na Europa, ou seja, abertura total do setor para o capital estrangeiro e a venda em blocos (PASTORIZA, 1996).

Os recursos investidos no sistema Telebrás, pouco depois de sua venda, passaram a ter efeitos a partir dos anos de 2000, quando houve uma expansão nas linhas de telefonia móvel. No ano de 1994, havia somente 800 mil em todo o Brasil, nos anos 2000 passaram para 23 milhões de telefone móvel (ANATEL, 2001). Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações⁹, no ano de 2021, são mais de 250,1 milhões de linhas telefônicas móveis no Brasil (ANATEL, 2021), ou seja, já temos mais linhas móveis em funcionamento do que habitantes no país. A expansão no número de linhas telefônicas em circulação representou um importante incentivo para o setor de *call center*, à medida que há cada vez mais acesso à linha telefônica, tornando cada vez mais estimulante a utilização dos *call centers*. É nos anos de 1980 que se estrutura, de fato, o *telemarketing* no Brasil com a chegada de grandes empresas estrangeiras do setor (NOGUEIRA, 2011). Em meio à todas essas mudanças que ocorreram, o segmento de telecomunicações ganhou destaque e passou a assumir um papel cada vez mais relevante na economia.

No decorrer dos anos, é fundada a Associação Brasileira de Telesserviços (ABT), no ano de 1987. Passo a passo outras medidas vão sendo implementadas para consolidar o setor. Dentre essas, a promulgação do Código de Defesa do Consumidor no ano de 1990, fato que obrigou as empresas a desenvolverem meios de comunicação com os consumidores e clientes, algo que não existia antes. Segundo Anton (2000), a partir de meados dos anos 1990, os *call centers* passaram a ser o principal meio de contato entre as empresas e os clientes, consumidores.

Diante desse processo que foi constituído, os *call centers* envolvem um conjunto de recursos, (o emprego de telefone, computador), ou qualquer outro equipamento como instrumento de estreiteza de relação/contato com os clientes de determinando estabelecimento de vendas de serviço ou mercadoria. Esse processo remete ao início dos anos de 1970 do século passado, quando a Ford Motor Company treinou aproximadamente quinze mil donas de casa

⁹ A ANATEL é a agência encarregada da regulação e fiscalização do segmento de telecomunicações no Brasil.

para qualificarem, por meio do telefone, potenciais clientes de novos modelos de automóvel (MADRUGA, 2000). Deu-se início a revolução do relacionamento empresa-clientes que se prolonga até os dias atuais.

Os *call centers*, conhecidos como centrais de relacionamento com o cliente, foram criados para contentar uma necessidade simples: responder às perguntas dos clientes, que até então era demanda mais importante. Porém, essa função mudou nos dias de hoje, dada a forma, não se restringe apenas a responder aos clientes. O introdutório Distribuidor Automático de Chamadas, DAC¹⁰ foi desenvolvido em 1972, pela Rockwell International para atender a uma solicitação da Continental Airlines. Este equipamento possibilitou, assim, a indústria de *call centers* (GILSON; KHANDELWAL, 2005).

A tarefa preliminar desses trabalhadores era concluir serviços administrativos e a outra era reportar às ligações. Segundo Ingram (2004), os negócios junto aos clientes e as companhias eram praticados pelos vendedores externos. O eixo maior no cliente, até então, não era o principal. Na contemporaneidade, os *call centers* correspondem “[...]o pulso das organizações, o centro de serviços corporativos, o centro nervoso, a loja dos sonhos” (INGRAM, 2004, p. 64).

Para esse autor, o desenvolvimento do *call center* é possível ser segmentado em quatro etapas de um processo distinto. A primeira etapa é local. Nos Estados Unidos, essa etapa teve início nos anos de 1960 e desenrolou-se até meados dos anos de 1980. Foi o estágio de nascimento dos *call centers*, caracterizado como a forma de organização de trabalhadores que coletavam e espalhavam informações, situados em uma base fixa ou nas sedes das corporações. Estas organizações operavam de maneira sucinta nos ramos da aviação e bancários. No momento em que os computadores começaram a ser utilizados pelas corporações, as empresas de aviação e os bancos foram os primeiros a comprar os grandes computadores, mainframes, para dar suporte ao crescente volume de dados coletados, organizados e disseminados, como forma de se estruturar (BUTLER, 2004).

A segunda etapa é regional, também se desenvolve nos Estados Unidos. Iniciou-se em meados dos anos de 1980 e prolongou-se até o início dos anos de 1990. Foi impulsionada pela

¹⁰ DAC (Distribuidor Automático de Chamadas) é, na verdade, o centro do Call Center. Este equipamento atende automaticamente as chamadas e as ordena em fila de espera conforme parâmetros previamente definidos. Nas configurações mais simples, o sistema enfileira as chamadas por ordem de entrada, direcionando-as para os agentes que tenham permanecido disponíveis (ou ociosos) por mais tempo, ou para os próximos agentes a se tornarem disponíveis (VOLPI, 2000).

desregulamentação do serviço telefônico de longa distância e pelas tecnologias de condução e roteamento de chamadas, materializada por meio da capacidade de transferir uma determinada chamada de um local para outro. Em virtude da grande concorrência, ocorrida nos Estados Unidos, entre as empresas operadoras de telefonia, os valores das taxas telefônicas de longa distância reduziram de forma drástica durante essa etapa, permitindo uma maior flexibilidade de escolha de local de instalação dos *call centers*. As empresas de *telemarketing* (vendas por telefone) e vendas por lista conquistaram, então, ganhos com a diminuição de taxa de longa distância. À época, ocorreu a maturação e o crescimento substancial dos *call centers* nos Estados Unidos (BUTLER, 2004).

A terceira etapa é marcada pelo “crescimento internacional” dessa modalidade de serviço. Iniciada nos anos de 1990, permanecendo até o final dessa década. Nesta etapa, decorreu o acelerado desenvolvimento dos computadores e dos compostos de comunicação, passando a existir a indústria da tecnologia da informação. A chamada TI, como são conhecidos presentemente. Nessa fase, as organizações que já possuíam *call center*. Algumas expandiram suas unidades, outras criaram seus próprios *call centers* ou terceirizavam serviços com outras empresas. Período que se iniciou a construção de unidades fora de países de língua inglesa, com o propósito de suprir a crescente demanda a preços mais baixos (BUTLER, 2004). Em resumo, essa etapa caracteriza-se como processo de globalização.

A quarta etapa é a da mundialização¹¹ ou globalização. Iniciou-se no final dos anos de 1990 e continua até no momento presente. Nessa fase, firma-se a ação dos *call centers* tanto nos Estados Unidos, quanto mundialmente. A busca por gastos menores moveu a transferência dessas centrais dos Estados Unidos e da Inglaterra para as nações/países que da mesma forma dominassem o inglês como segunda língua, como Índia, Filipinas, Panamá e outras localidades (BUTLER, 2004). Essa expansão certamente continuará independentemente da controvérsia gerada pela terceirização dos serviços e pela migração dos *call centers* para países com custos mais baixos. Este fato já pode ser comprovado nos países da América Latina (GILSON; KHANDELWAL, 2005). Como uma lógica neoliberal.

No Brasil, a chegada dos *call centers* ocorreu a partir dos anos de 1990 e foi impulsionado, pela abertura econômica ao mercado externo, a partir da privatização das

¹¹ Mundialização processo enquanto histórico, econômico e político de adaptação mundial. Maiores aprofundamentos do conceito podem ser revisados em outras obras específicas.

empresas de telecomunicações e também da criação do Código de Defesa do Consumidor. O período de 1990 pode ser caracterizado pela incursão de criação dos números 0800 de tarifa zero para os clientes, disponibilizados pelas empresas como um número padrão, prático, para os clientes se comunicarem com as mesmas. Essa forma de relacionar empresa/cliente surge na Inglaterra, por meio da *British Telecommunications* como número geográfico, pois servia para operar vários prefixos com o oferecimento de ligações gratuitas a quem o utilizava. Todavia, por inexistência de lei que regularizasse o uso desse número, outras empresas passam a utilizá-lo. Essa situação evidenciou a necessidade de organizar e padronizar o uso desses números em todo o mundo.

No Brasil, nos anos de 1997, foi promulgada a lei Geral das Telecomunicações, Lei número 9.472/1997, que dispõe acerca da organização dos serviços de telecomunicações, criação e funcionamento do órgão regulador e de outros aspectos institucionais, como a Emenda Constitucional nº 8, de 1995. A Agência Nacional de Telecomunicação (ANATEL) foi criada, com o intuito de regular o setor de telecomunicações. Segundo Madruga (2000), nesse contexto os consumidores, cada vez mais, impunham às empresas novas necessidades de consumo, serviços ou reclamações. Em contrapartida, os “clientes” que recorriam aos centros de atendimentos, tornam-se mais exigentes, em relação aos serviços ofertados, requisitando cada vez mais experiência e capacidade de argumentação dos *operadores de telemarketing*. Essas exigências impunham a necessidade de novas habilidades para os *operadores de telemarketing* operassem suas atividades em um ambiente de pressão e tensão. Para Levin (2001), tudo isso evidencia uma dificuldade de se encontrar a “mistura mágica” de pessoas que trouxessem consigo a dimensão e o cuidado no relacionamento com os clientes.

Por outro lado, impunham às empresas a necessidade de que treinassem, qualificassem e aperfeiçoassem aos seus empregados. Uma vez que os *operadores de telemarketing* no Brasil são considerados “infoploretários”, expressão que pode ser associada ao uso de novas tecnologias e a imposição de condições de trabalho do século XIX em um dos setores considerados como mais dinâmicos da economia moderna, o informacional (ANTUNES, 2018).

Todavia, desde sua criação no Brasil, o segmento de *call center* se apresenta como um setor que mais cresce. Conforme dados da Relação anual de informações sociais (RAIS, 2017), o número total de trabalhadores que ocupam os postos de trabalho nas empresas de *call center*,

no setor de Teleatendimento¹², mais especificamente o setor de Teleoperação ou *Telemarketing* que cresce ano após ano. De 2006 a 2017, houve um salto quantitativo de 144%. Ademais, nesse mesmo período, o crescimento de mulheres no setor foi de 155%.

No tocante ao quantitativo de empregos, conforme o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE/Rais, 2017), existem mais de 523.353 mil trabalhadores formais nesse segmento. Entretanto, a Associação Brasileira de Telesserviços (ABT, 2023) contabiliza mais de 1,4 milhões de brasileiros empregados nas operações de *contact center*. Esta categoria de trabalhadores está entre as que mais cresce no Brasil, ao cenário da pandemia e o isolamento social, esse tipo de serviço ganhou notoriedade e aumentou sua demanda. Nesse biênio, foram 49.151 postos de trabalhos criados (LCA CONSULTORES [...], 2023). Nesse setor de *call center*, que apresenta uma constante no crescimento do número de *operadores de telemarketing*, representa a possibilidade de um trabalho formal, sobretudo para os jovens.

Apesar de responsável pelo ingresso de milhares de pessoas ao mercado de trabalho formal, as ocupações no segmento de *telemarketing* se caracterizam, sobretudo, pelas condições precárias de trabalho e pela baixa remuneração. No ano de 2023, para se ter uma ideia, a partir da perspectiva do assalariamento, o salário médio anual, pago aos *operadores de telemarketing* no Brasil, segundo uma pesquisa do Salário.com.br, associado a dados oficiais do Novo CAGED, eSocial e Empregador Web de um total de 386.601 salários de profissionais admitidos e desligados pelas empresas no período de junho de 2022 a junho de 2023, um trabalhador de *telemarketing* ativo¹³ e receptivo¹⁴ ganha em média R\$ 1.338, 90, trabalhando em uma jornada de 36 horas semanais.

Outra informação significativa em relação ao trabalho nesse segmento, diz respeito ao desassalariamento de *operador de telemarketing* ativo e receptivo, uma função que a pesquisa aponta redução de demanda no mercado de trabalho no Brasil nos últimos meses. Segundo a pesquisa citada dos dados oficiais do Novo CAGED, em um comparativo entre os meses de

¹² Denominação utilizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), utilizada no presente trabalho como sinônimo de *call centers* e *contact centers* como geralmente são conhecidos.

¹³ Compreende-se por trabalhador de *telemarketing* Ativo, aquele que faz relacionamento direto com o cliente ou consumidor a partir de ligações realizadas, isto é, pela via Central de atendimento-cliente-consumidor.

¹⁴ Compreende-se por trabalhador de *telemarketing* Receptivo, aquele que faz relacionamento direto com o cliente ou consumidor a partir de ligações recebidas, isto é, pela via cliente-consumidor-Central de atendimento.

junho de 2022 e junho de 2023, ocorreu uma queda de 13,88% nas admissões formais com carteira assinada.

Já no mercado de trabalho no município de Teresina um *operador de telemarketing* ativo e receptivo na empresa que compõem esse estudo, ganha R\$ 1.302,00 (média do piso salarial de acordo coletivo de trabalho 2023¹⁵), passando para de R\$ 1.320,00, a partir de maio de 2023. Porém, a média salarial é de R\$ 1.338,90 para uma jornada de trabalho de 36 horas semanais. A função de *operador de telemarketing* ativo e receptivo CBO 4223-10 trabalhando em Teresina, segundo essa pesquisa, apresenta um perfil profissional médio de um trabalhador com idade de 22 anos, ensino médio completo, sexo feminino predominante, trabalhando 36 horas por semana em empresa que atuam no segmento de atividades de teleatendimento. Essas informações são compatíveis com as divulgadas na pesquisa do Salário.com.br e com os dados oficiais divulgados do Novo CAGED, eSocial e Empregador Web, da Secretaria da Previdência e Trabalho do Ministério da Economia (antigo MTE) com uma amostragem de 3.903 salários de profissionais admitidos e desligados oficialmente pelas empresas de *call center*.

Outra informação relevante em relação à demanda nacional é de que a demanda do mercado de trabalho em Teresina, aponta que a função de *operador de telemarketing* ativo e receptivo é uma função com altíssima demanda. Um comparativo entre os meses de novembro de 2021 e outubro de 2022, revela um aumento de 87.5% nas contratações formais com carteira assinada em regime integral de trabalho. De modo geral, a falta de experiência condiz com as dificuldades de jovens ingressarem no mundo do trabalho. A esse cenário, os *call centers*, tem se constituído como um dos setores de maiores geradores de emprego para os jovens em seu primeiro emprego, emprego formal e, de forma considerável, para as mulheres (NETO, 200), realidade observada nesse estudo.

Segundo matéria publicada no portal de notícias G1¹⁶, datada de 20 de agosto de 2018, tendo como referência a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD, 2018), na gestão do então presidente Michel Temer:

[...] Essa taxa é muito maior entre os jovens por conta das barreiras que são impostas a ele para ingressar no mercado de trabalho. Capacitar uma pessoa

¹⁵ Mais informações a ver: NÚMERO DE REGISTRO NO MTE: PI000086/2023 autenticidade no endereço <http://www3.mte.gov.br/sistemas/mediador/>.

¹⁶ Endereço online: <https://g1.globo.com/>

para o mercado de trabalho custa caro. Por isso o mercado tende a buscar quem já tem experiência profissional. (PORTAL G1, 20/08/2018)

Segundo o IBGE (2021), a taxa de desemprego no Piauí, no primeiro trimestre do ano de 2021, chegou a 14,5%, considerado o maior índice desde o ano de 2012, quando essa taxa passou a ser medida. Sem dúvida, essa situação de desemprego foi impactada na pandemia de covid 19. Não nos parece demasiado afirmar que no contexto pandêmico, foi imposto o distanciamento social e a partir dele uma grande parte dos trabalhadores foi obrigada a trabalhar de casa, por meio das Tecnologias de Informação (TI). Trata-se do que ficou conhecido como trabalho remoto, realizado em casa, com uso de computadores, notebooks, tablets e smartphones com conexão pela Internet.

Ademais do trabalho remoto, rapidamente a pandemia atingiu a diferentes setores da atividade econômica, afetando severamente o mercado de trabalho. De acordo com dados da PNAD Contínua (IBGE, 2020), o impacto da redução da economia no mercado de emprego, foi de 8,9 milhões de pessoas perderam seus postos de trabalho entre abril e junho, em relação ao período de janeiro a março de 2020. Obviamente, a população jovem foi a mais afetada, visto queda da população ocupada de 48,6%, no primeiro trimestre de 2020, para 41,4% no trimestre seguinte. Porém, são também os jovens que convivem há anos com uma situação de precarização no trabalho, sobretudo em relação ao primeiro emprego. Na década de 2000, Pochmann (2007), em pesquisa tratando do primeiro emprego de jovens, já sinalizava que 86% dos jovens ocupados (estavam em trabalhos informais, sem registro na carteira de trabalho) recebiam abaixo de três salários mínimos mensais, com uma média de rendimento mensal de 1,7 salário mínimo. Além disso, sobre a jornada de trabalho, o mesmo autor destacou que 40% dos jovens tinham jornada de trabalho superior a 44 horas semanais.

Contudo, quando a pandemia surgiu no Brasil, encontrou o mercado de trabalho bastante fragilizado, em razão da adoção de medidas de redução da proteção social do trabalhador. Desde 2017, foram aprovadas diversas medidas pelos governos brasileiros. É exemplar, a contrarreforma trabalhista, Lei nº 13.467/2017, sancionada pelo ex-Presidente Michel Temer, e que passou a vigorar no mesmo ano. Esse governo, também, sancionou a Lei do terceiro setor regulamentada pelas Leis nº 9.637/98, nº 9.790/99, nº 12.101/09 e nº 91/1935 e decreto Legislativo nº 3.100/99 e o novo marco dado pela Lei nº 13.019/2014. O discurso político era pautado na geração de emprego e renda.

Ademais, o governo do presidente Jair Bolsonaro sancionou o Projeto de Lei (PL) 2.541/2021, que dispõe sobre a prorrogação da desoneração da folha de pagamento até o fim

de 2023, beneficiando, entre outros setores, o de *call center*. Essas medidas evidenciam, apenas, o discurso de incentivo à geração de empregos, pois, na prática, favorece setores organizados ligados a Telecomunicações, conforme expresso no trecho da reportagem a seguir:

Precisamos lutar para que essa medida seja perene. Gostaríamos que este tema seja incluído em uma Reforma Tributária. Ganhamos uma batalha com a prorrogação por dois anos, mas não a guerra", pontuou. Ainda assim, a entidade diz que a medida traz segurança jurídica para as empresas que vão realizar investimentos e gerar novos empregos. Expectativa é que, pelo menos, 970 mil novos empregos sejam gerados ao longo desses dois anos, muito em função da implantação do 5G. "Poder planejar os próximos dois anos é ótimo para o ambiente de negócios. (VIVIEN SURUAGY,03/01/2022)

Sem dúvidas, a desoneração da folha de pagamento alivia, em certa medida, a carga tributária de alguns setores empresariais, enquanto ela consiste na substituição da contribuição previdenciária sobre a folha de pagamento pela contribuição sobre a receita bruta da empresa. Talvez essa seja uma das razões pelas quais representantes de diversos setores tenham comemorado a medida. Entre esses identificamos o setor de telecomunicação.

Como destacado acima, desde a origem do *call center* no país, sua expansão e consolidação estiveram ligadas à telecomunicação e sob a proteção do Estado. Ao longo dessas três décadas, essa proteção foi sendo consolidada por meio da implementação de um arcabouço legislativo que foi implementando medidas de proteção da gestão do trabalho.

1.1 Call Center: estrutura e regulamentações

A contextualização do segmento de *call center* se torna mais evidente e objetiva a partir do dimensionamento deste segmento à sua conjuntura econômica no país. Para tanto, faz-se necessária uma caracterização da estrutura e regulação do setor de *call center* ao qual está inserido estruturalmente.

Em meados dos anos 2000, a definição de *telemarketing* avançou no sentido do que se conhece atualmente como *call centers*¹⁷. Uma estrutura concebida com fundamento do conceito/definição de plataforma, associado a uso da tecnologia da informação, a chegada da *internet*.

¹⁷ Entende-se por Call Center, as indústrias do setor de Serviços, embasada na interface do cliente e produto, pautada na oferta de serviços em geral de vendas, suporte, marketing, pelo setor de Operação de Telemarketing (NOGUEIRA et. all. 2009)

O *call center* também é entendido como uma central de atendimento ou relacionamento com o cliente, cuja finalidade é estabelecer a conexão entre os clientes e a empresa. Para isso, implica uma soma de recursos, tais como: computador, ferramenta de telecomunicações, headset, sistemas e operadores. Tudo isso para que proporcionar a interação com os clientes, como também compradores, para possibilitar atendimento a uma volumosa quantidade de ligações ao mesmo tempo.

A partir de 2008, os governos brasileiros lançam as primeiras medidas na direção de organizar o setor, entre elas, o decreto-lei nº 6.523/2008, concebido como instrumento regulatório de princípio já previsto na Lei nº 8078/1990, conhecida como Código de Defesa do Consumidor. Esse decreto cria normas gerais sobre serviço de atendimento ao consumidor, com uma inovação relacionada aos *contact centers*, possibilitando que a relação entre empresa e consumidor seja explicitada e responsável. Nesse universo regulatório, consta a Norma Regulamentadora (NR-17)¹⁸, que dispõe os critérios para estabelecimento de material nos *call centers*, para os maquinários geralmente empregados na central de atendimento ou central de relacionamento com o cliente, para parâmetros de exigências ambientais, para adequar as relações empregador e empregado, dentre outros (MADRUGA, 2009).

Segundo essa esteira da regulação do setor, alguns estados, entre eles o Piauí, promulgou, em 2009, a Lei nº 5.890/2009, que regulamenta os serviços oferecidos pelo *call center*, por exemplo, só permite que as empresas realizem chamadas em horário comercial, e a que descumpri essa regra pode ser multada. Ademais, em muitos estados, existe, por exemplo, o Procon regional e até mesmo do Ministério Público controlando a demanda de prever as necessidades do cliente. No entanto, é presumível entender que, na prática, isso não acontece. Existe a lei, mas não é percebida sua eficácia, pois a qualquer hora do dia, recebemos ligações de empresas oferecendo serviços, gerando incômodo.

Em relação à definição de *call center* é comum a compreensão do ser esse sistema sustentado na associação de telecomunicações e informática, que permitem a inclusão entre infraestrutura, tecnologias informacionais e relações humanas. O *call centers* são: “[...] organizações permeadas por idiosincrasias, sendo caracterizados como um ambiente laboral

¹⁸ Norma Regulatória NR 17 foi aprovado pela Portaria Nº 09 do MTE, DOU de 02.04.07, entrou em vigência em 01 de agosto de 2007. Vale ressaltar que antes já existia legislação, a própria NR-17 para regulamentar o trabalho realizado com a interação telefone e/ou rádio e computador

reconhecido ao término do século XX por receber mão de obra de outros setores (agrícola e industrial)” (ANTUNES, 2009 apud). Em relação à natureza idiossincrática das organizações de *call centers*, está o fato de as mesmas poderem ter diversas ações e significados a depender do tipo de serviço oferecido, cujo ponto comum é o uso da força de trabalho de *operadores de telemarketing*, para estabelecer, em geral, relações entre clientes de outras organizações.

Nos segmentos organizacional/empresarial, os *call centers* são vistos como um instrumento competitivo, dado que sua dimensão viabiliza a retenção de custos operacionais conectados à movimentação ou à infraestrutura (MANCINI 2001). Neste sentido, a definição/conceito de *call center* já perdura há um bom período, como meios de atendimento. Contudo, na década 1990 do século passado, ocorreu um aumento significativo da indústria de serviços, estimulado pelo avanço das tecnologias de telefonia e informática (COSTA 1999).

Os *call centers* são conhecidos como lugares “bons” para a prática de negócios, tal como uma venda, prática de um serviço, anotação de contestação/reclamação ou cobrança de título. Os conhecidos *call centers* são, na época atual, uma das maiores tendências de fornecimento de serviços de telecomunicações, e um dos obstáculos das empresas modernas está em saber usar o *call center* como um diferencial concorrente para os seus negócios (MADRUGA 2009). Por essa razão, o *call center* é considerado, pelo universo corporativo, um dos fenômenos mais expressivo no setor de serviços, pois são um meio de interatividade entre empresas/clientes, constituído por um centro preenchido de contatos determinados de forma virtual ou remota. Esse potencial de “preenchimento de contatos” ficou ainda mais evidente no contexto de pandemia.

Como é possível analisar, aos poucos o estado brasileiro e suas unidades federativas foram criando condições objetivas para incorporar as empresas de *call centers* em nosso território. Todavia, isso não seria possível sem as alterações no mundo do trabalho em curso no mundo, desde a década de 1970, que resultou na acumulação flexível, estrutura na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo, conforme destaca Havery (2008). No item a seguir trataremos da flexibilidade que vivenciamos no mundo do trabalho.

1.2 Metamorfoses no/do trabalho na sociedade contemporânea

Na atualidade, vivenciamos um período de concorrência, uma busca por uma qualidade, incorporado a um espaço dicotômico globalizado e informatizado. O século passado foi marcado por profundas transformações nas dimensões técnicas e tecnológicas. No segmento de serviços, as atuais mudanças permitem a realização de projeções que indicam transformações ainda mais profundas. Na empresa de *call center*, já é comum a utilização de ferramentas digitais de atendimento, por exemplo, WhatsApp Bot, chat on-line, que permitem maior rapidez e menor custo. Segundo o portal eletrônico Revista, o *call center* (2020) chamados são resolvidos num percentual entre 70% a 90% por sistemas automatizados (trabalho morto). Diante desses dados pressupõem que somente uma pequena parcela dos atendimentos precisa ser direcionada a um atendimento humano (trabalho vivo).

Essas transformações que vêm ocorrendo projetam avanços ainda mais significativos, podendo ser observadas como suficientes para provocar uma profunda mudança, a partir de seus impactos em termos da produção de novos produtos e serviços, sobre as diferentes formas de organização no processo produtivo. Portanto, no processo de destruição e criação de empregos e de formas de organização do trabalho, de identidades, tanto no setor de serviços, quanto em qualquer outro.

À medida que se avançava tecnologicamente as atividades associadas ao sistema de telefonia, observam-se impactos diretamente na sociedade e na economia por inteiro. As distâncias se tornaram menores, ao longo das últimas décadas, impulsionada pelo avanço da tecnologia, promovendo uma atual impulsão à tecmodernização nesse mundo *metamorfoseado*. Conforme o desenvolvimento tecnológico e a conseqüente metamorfose do mundo contemporâneo, o contratempo das empresas¹⁹ de relacionamento com o cliente revelou ser o suprimento de informações aos seus clientes com respostas dinâmicas, rápidas em tempo real. Esse movimento buscava continuamente alcançar novos públicos com rapidez e principalmente a baixo custo.

¹⁹ Usamos o termo empresa voltada tão somente para realizar atendimento telefônico aos clientes, a fim de aprimorar o relacionamento com os mesmos e prestar um atendimento de qualidade, podendo ser dividido conforme o serviço prestado.

Com a introdução dessas novas formas de tecnologias e das imposições do mundo do trabalho, emergiram diversas novas profissões, dentre elas, a de atendente e/ou operador de *call center*²⁰, que tem abarcado em sua maioria pessoas jovens, sobretudo do sexo feminino. A realização de pesquisas que contemplem as consequências sociais do *metamorfismo*, no cenário de empregos no setor de serviços é essencial para o desenvolvimento de estudos na sociologia do trabalho como campo de conhecimento, tendo em vista uma relativa diferenciação no emprego na área de serviço e emprego no ramo da indústria.

De acordo com Mancini (2001), o uso do telefone para fins comerciais da década de 1880 do século XIX, um produtor de doces decidiu vender seu produto por telefone. Criou-se uma equipe com mais de 100 indivíduos, que passam a catalogar e contatar clientes. No entanto, para Bergamo (2010), o princípio do relacionamento com o cliente via telefone tem registro de dois séculos anteriores. Ainda segundo o autor, em 1887, poucos anos do surgimento do telefone, uma doceira entrava em contato com seus clientes oferecendo produtos e anunciando suas novidades. Histórias de vendas de produtos diferentes, mas com o mesmo sentido. Este processo utilizando o telefone que representou o surgimento das televendas.

Ao longo de um período, ademais de ser aproveitado para outras práticas de marketing, caminhou para o segmento de vendas, o uso do telefone ganhou destaque, resultando no termo “*telemarketing*”. Em 2009, a Associação Brasileira de Telesserviços (ABT, 2009) reconheceu o uso e a importância do uso do telefone no segmento de vendas. Por conseguinte, o termo “*telemarketing*”, atravessou inúmeras práticas de marketing, ressaltando os segmentos de atendimento ao cliente (SACs).

No desenvolvimento deste segmento, foi criado o *call center*, que se traduz para o português “central de atendimento”, denominado também por *contact center*, que engloba todas as ações e ferramentas voltadas para o atendimento aos clientes e/ou consumidores e/ou usuários por meio do telefone, internet, e-mail, correio de voz, utilização de ferramentas digitais, como, por exemplo, WhatsApp Bot (Ferramenta de atendimento). A essa ferramenta de atendimento é corroborado com o levantamento realizado pela plataforma de e-commerce Nuvemshop (2020), o WhatsApp é utilizado por 95% das empresas, seguindo pelo Instagram

²⁰ Nome utilizado para o trabalhador de *call center*, também conhecido como atendente, operador de *call center*, trabalhador de *telemarketing* ou *operador de telemarketing*. Os termos serão utilizados sem distinção.

83,5% e o e-mail com 51%. Dessa forma, o *call center* engloba toda a operação de suporte multicanal de uma organização e atua em chats próprios, aplicativos, dentre outros.

O setor de *call center* fez-se, logo, uma forma competitiva para as empresas de relacionamento com os clientes. Dessa forma, as mesmas de inúmeros setores como planos de saúde, hospitais, companhias de seguros, entidades de previdência, indústrias de alimentos, de computadores ou de automóveis, bancos, administradoras de cartões de crédito, redes hoteleiras, agências de turismo, companhias aéreas, operadoras de serviços de telecomunicações, dentre outras, constituem sempre mais meios para a comunicação com seus clientes para vender seus produtos e/ou serviços também para informar, proporcionar assistência técnica.

De modo geral, os *operadores de telemarketing* dialogam com uma tarefa praticada integralmente por meio de telefone, com dimensão nacional e também internacional e que em contexto nacional econômico, em grande medida local, como um dos relevantes empregadores de força de trabalho no século XXI. Essa atividade, porém, traz consigo uma série de problemas nas condições de trabalho: pressão intensa, controle excessivo, assédio moral e uma rotina exaustiva. Essas características serão explicitadas ao longo deste estudo, com base em pesquisas e diálogos com os jovens trabalhadores participantes deste *call center*.

Esse é um setor que se apresenta com uma capacidade de se reinventar em meio à crise, seja em qual dimensão se apresente. Em 2017, segundo estudo realizado pela empresa de consultoria E-Consulting²¹, o faturamento do setor foi de R\$ 47,69 bilhões e empregava cerca de 1,5 milhões de trabalhadores, sendo 739 mil em PA. (E-CONSULTING, 2017; CONSUMIDOR MODERNO, 2017;). O crescimento das operações do setor de *call center* no Brasil, entre os anos de 2010 e 2017, quintuplicou a quantidade de *operadores de telemarketing* em posição de atendimento (PAs).

Ainda em relação essa capacidade, no ano de 2019, conforme o levantamento do Ministério da Economia, a partir dos dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) mostra o teleatendimento como um dos maiores empregadores do Brasil (ALVARENGA, 2019). O levantamento lista as 50 maiores empregadoras do país atualmente,

²¹ Empresa especializada nos setores e práticas de TI, Internet, Mídia, Telecom e Contact Center. Para saber mais consulta: <https://e-consultingcorp.com.br/>

a Atento aparece em primeiro lugar, com 73.822 empregados ao todo e a *ABrasil call center*, figura em décimo lugar, com 27.734 empregados.

É presumível que entre uma dessas capacidades de reinvenção desse setor de *call center* nos últimos anos está relacionado como um reconhecimento e retribuição no setor de *telemarketing*. Associado a isso, um estudo desenvolvido pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE) em 2015, expõe os motivos apresentados pelas empresas para buscar a terceirização de algumas atividades.

Dentre eles: diminuição do desperdício, melhor qualidade, maior controle de qualidade, aumento de produtividade, melhor administração do tempo da empresa, agilização de decisões, otimização de serviços, liberação da criatividade, redução do quadro direto de empregados, um novo relacionamento sindical, desmobilização dos trabalhadores para reivindicações, desmobilização para greves, eliminação das ações sindicais e eliminação das ações trabalhistas. Conforme é possível observar, a mudança é pautada em uma tendência de redução da quantidade de trabalhadores formalmente contratados pela empresa e é considerada como positiva para o cenário futuro. Trata-se terceirização das atividades-fim, possibilitando ampliação dos *call centers*, com a justificativa de ofertar mais empregos e aumentar receita. Em seguida, a alteração nas normas, o trabalho remoto, jornada intermitente sem prejuízos para a qualidade dos serviços, operações escaláveis, também, se traduz no beneficiamento no setor. No que diz respeito às inovações na regulamentação da terceirização e do trabalho remoto, as centrais de atendimento podem ser beneficiadas com a possibilidade de aumento da receita, redução de custos e geração de empregos.

1.3. Terceirismo, flexibilidade e a intensificação do setor de serviços

As modificações socioeconômicas implementadas a partir dos anos de 1970 do século passado, relacionadas à exaltada concorrência mundial no universo capitalista e ao emprego de novas tecnologias, estruturando o que determinou nomear de Terceira Revolução Industrial, possibilitaram a confirmação e modelou um novo período de acumulação flexível (HARVEY, 2008).

Esse período de acumulação flexível, segundo Harvey (2008), é caracterizado: “[...] pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento

de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional [...]”. (p. 140).

Neste novo contexto, abrange imediatas modificações dos modelos de avanço desigual, não só junto a setores como entre regiões geográficas. A título de exemplo, ocorreu um grande movimento no emprego do denominado “setor de serviços”, além dos complexos industriais inteiramente novos em regiões ainda subdesenvolvidas” (HARVEY, 2008).

Ao passo que, para Antunes (1999), a acumulação flexível apresenta continuidades e discontinuidades em relação à acumulação do modelo anterior, o, fordista. Entendemos que são elementos de desestruturação do trabalho, o qual o autor denominou como “contrarrevolução burguesa” (ANTUNES, 2009).

Antunes (1999) e Harvey (2008) indicam como os vínculos empregatícios e as formas de trabalhar foram abalados pelo sistema de acumulação flexível. Como o trabalho era estruturado no cenário fordista, foi se desestruturando e se reorganizou em pontos diferentes e economicamente voltado para produção. Para Antunes (1999), os países de médio e baixa industrialização são incorporados no curso econômico dos países centrais, de modo a submissão e sujeição de práticas precárias de vínculos trabalhista e ordenações financeiras de proveito do capital.

Nesse cenário de reestruturação, a função do Estado é rearranjada, observando um enorme avanço no setor de serviço. A respeito da realidade brasileira, podemos considerar que nunca em tão pouco tempo atravessamos tantas transformações nas formas de se trabalhar. É exemplar dessa onda de transformação, o crescimento do trabalho terceirizado no país após a promulgação da Lei nº 13.429/2017, que regulamenta a terceirização ilimitada em todas as atividades da empresa, além de deixar à revelia do trabalhador a garantia das obrigações trabalhistas. Com essa regulação o trabalho terceirizado pode atingir inclusive as atividades-fim.

Ademais da intensificação dos processos de desmonte da legislação trabalhista e a implementação das contrarreformas que buscam desobrigar Estado de suas responsabilidades com a garantia da proteção social por vinte anos. O chamado teto de gastos, como ficou conhecido a Emenda Constitucional 95, atua enquanto média de adaptação do Estado brasileiro às demandas de uma racionalidade neoliberal.

Como se não bastasse, em 2017 foi aprovada a Reforma do Ensino Médio, regulamentada pela Lei nº 13.415/2017. Essa foi mais uma contrarreforma que, vem impactando a educação pública brasileira desde sua aprovação. Também em 2017, uma conexão aglutinou forças no Judiciário, na mídia, em especial a “Rede Globo” e no congresso, protagonizando a Reforma Trabalhista, Lei de nº 13.467/2017, que alterou diversos artigos da CLT, dentre esses, os que dizem respeito às relações sindicais. Trata-se de uma contrarreforma voltada para fornecer garantias ao capital em detrimento do trabalho.

Essa contrarreforma burguesa extremamente deletéria e perversa com a classe trabalhadora. Se manifesta, segundo Krein (2018), em dois pontos: ao tempo que buscou “legalizar práticas já existentes no mercado de trabalho”, como a terceirização da atividade fim, como uma prática utilizada dos caminhos da Lei Geral de Telecomunicações, de nº 9.472/97 para burlar a Súmula 331 que regimentava a atividade até contrarreforma de 2017. Também buscou viabilizar “um novo cardápio de opções aos empregadores para manejar a força de trabalho de acordo com suas necessidades” (ibid, p. 78). É o exemplo da regulamentação do teleatendimento, *home office*, do trabalho intermitente, entre outros.

Segundo Krein (2018), as mudanças criam reflexos negativos no sentido de “desestruturação do mercado de trabalho” em relação “a precarização do trabalho”, “a fragilização da ação sindical”, a “descentralização das negociações coletivas”, na “condição de saúde e segurança do trabalho”, no “efeito sobre as fontes de financiamento da seguridade” e a “desorganização da vida social”. Por fim, impactos quanto “às perspectivas de construção da nação” (ibid, p. 78).

Esse governo, apesar de todos os ataques à classe trabalhadora, à CLT, o significativo desmonte encontra-se o artigo 223-A relacionado ao “dano extrapatrimonial”, como avalia MENEZES (2017) que em seu estudo buscou analisar os trabalhadores em relação ao dano extrapatrimonial resultante de relações de trabalho. Danos esses estabelecidos enquanto aqueles decorrentes de “ação ou omissão que ofenda a esfera moral ou existencial da pessoa física ou jurídica, as quais são as titulares exclusivas do direito à reparação”, (ARTIGO 223-A/CLT).

No mencionado artigo, o autor descreve ainda como dano extrapatrimonial aquele que atinja “a honra, a imagem, a intimidade, a liberdade de ação, a autoestima, a sexualidade, a saúde, o lazer e a integridade física [que] são os bens juridicamente tutelados inerentes à pessoa física”. A essas estruturas são relevantes, a exemplo do que são expressas no artigo 223-A da Lei nº 13.467/2017, ao mesmo tempo, em que a contra-reforma trabalhista caracterizou-se por

um ataque sem paralelos à classe trabalhadora, confirmando o avanço da lógica neoliberal sobre o trabalho.

No *telemarketing*, um dos setores econômicos que fez lobismo pela aprovação da mencionada contra-reforma trabalhista, servindo tanto para a regulamentação das relações trabalhistas pré-existentes na condução do trabalho no setor de *call center*, como, por exemplo, na possibilidade da extensão do exercício no teleatendimento ao teletrabalho, referindo-se aqui ao trabalho em ambiente exterior a empresa, ou seja, podendo ser exercido em modalidade *home office*. Com toda certeza, avanços na condição de precarização do trabalho no setor de *call center*. Além disso, modificou o sentido do trabalho formal, degradando-o a um cenário de maior insegurança e fragilidade, o que torna essencial à análise de um segmento em que o tema e suas categorias de precarização é tão relativizado por se manifesta de modo quase que sua totalidade formalizada, como os dos *operadores de telemarketing*. A tudo isso, Antunes (2009), já sinalizava como um cenário desse rearranjo marcada pela precariedade. Contrário ao discurso triunfalista, da geração de emprego, combate às desigualdades, sobretudo, dos vulneráveis, principalmente os jovens.

No que foi posto até aqui, fato é, como coloca Krein (2018), o propósito é “deixar o trabalhador em uma condição de maior insegurança e vulnerabilidade em relação ao trabalho e à renda para que ele se sujeite a lógica da concorrência permanente com os outros”. Dessa forma, a deformação legal apresentada cumpre o seu papel de “expor os trabalhadores às oscilações cíclicas da atividade econômica, proporcionar maior flexibilidade”, compondo-se enquanto uma “nova racionalidade” que estende seus domínios e “busca estender sua lógica do mercado até mesmo sobre a vida social” (ibid, p.83).

Nessa parte, o avanço do reconhecimento manifesto pelo artigo 223 verifica-se dialeticamente ao conjunto de ataques representados pela contrarreforma que o comporta, em concordância à adequação do mundo do trabalho contemporâneo na formação do neo-sujeito da dinâmica do neoliberalismo. Vamos avançar nessas discussões por meio da análise das informações empíricas e questionamentos desenvolvidos na pesquisa. As experiências de jovens trabalhadores, *operadores de telemarketing*, também se manifestam por meios dessas tensões, desse rearranjo.

Os *operadores de telemarketing* da empresa *ABrasil call center* foram eminentes em expressarem exemplos de lacunas e até mesmo contradições do discurso de gestão no dia a dia que recai em seu trabalho. Perguntamos sobre como eles avaliam o supervisionamento do seu

trabalho pela empresa; como percebem seu trabalho; que motivos lhe levaram a trabalhar no *call center*, essas e outras questões fornecem algumas pistas quanto a discussão. Antes de começarmos analisar alguns dos relatos, continuaremos a discussão sobre a intensificação do setor de serviços.

Observa-se que o contexto do setor de serviço vem alcançando progressivamente mais dimensão no setor industrial. Na atualidade, a atividade de *telemarketing* é uma predominância no âmbito terceirizado no Brasil. Voltada para vendas de produtos, atendimento a clientes, consumidores e usuários, tornando um dos setores que mais avança no país, propiciado pelas privatizações de operadoras de telefonia fixa em 1998 do século passado, da qual o plano difundiu a telefonia no país, fomentando caminho para que as empresas de *telemarketing* dispusessem uma introdução maior à população (VARGA, 2003).

Entre uma das funções das empresas que exercem a atividade de *telemarketing* encontra-se a prática da terceirização. Segundo Ruduit (2002), terceirizar, isto é, transferir parte do processo produtivo, explicitando, atividade-fim para outra empresa que atue internamente ou externamente à empresa cliente e que possua autonomia administrativa e financeira. A admissão de empregados, ditos trabalhadores jovens por meio do fornecimento de serviço de outra empresa, é elemento dos processos de flexibilização das empresas, seja no setor público, seja no privado. Com isso, possibilita as admissões temporárias, planos de cargos e salários sejam por conta da empresa terceirizada.

No contexto contemporâneo, a terceirização dispõe de um recurso cada vez mais utilizado pelas empresas, na lógica de aumentar a lucratividade mediante especialização crescente dos processos produtivos. A comunicação realizada pela empresa aos seus clientes, sob o modo de vendas ou de serviços de atendimento aos mesmos pelo meio de estudo de mercado, não sai dessa dinâmica, e fora sendo gradativamente posta a cargo de empresas subcontratante, qualificadas no fornecimento desta forma de serviço (SILVA, 2009). Pelo contexto de se encontrar localizada na dimensão dos serviços, do qual a lógica para a composição social atual fora em tal intensidade debatido, e por agregar algumas das inclinações mais importantes da remodelação produtiva, o setor de *telemarketing* transformou-se em uma dimensão do trabalho, que há muito tempo, tem suscitado diversos estudos, em campos tais como sociologia, psicologia do trabalho.

No setor das comunicações, destacando o *call center*, a transformação se apresenta até então mais radical: os trabalhadores, sob constante vigilância, não só devem atender, mas, em

seu rol de funções, inclui também o poder de agradar, de convencer e persuadir os clientes, os consumidores, abstratos a comprar serviços, produtos e bens não duráveis oferecidos.

As consequências desse processo do capital sobre os trabalhadores não tardam a aparecer: os processos de rotatividade, o sindicato do setor, envolvido, traz a público a denúncia a respeito de vários impactos da ordem implementada pelo setor de *call center*. Segundo o Sinttel-PI (2021), são denúncias as mais variadas como: “contracheques atrasados, descontos indevidos, excesso nas punições, dificuldade de relacionamento com os gestores, alimentação, a falta de intervalo para ir ao banheiro”. E mais, o trabalho nos *call centers* passou a ser direcionado para a lógica da sobrevivência, começou a evidenciar adoecimento na maioria dos operadores devido à precariedade do trabalho, que passam a se adaptar à lógica da sobrevivência.

Corroborando com essa afirmação, segundo o Sindicato dos Trabalhadores em Telemarketing (SINTRATEL), existem aproximadamente 100 mil profissionais nesse setor relacionados a doenças do trabalho, sendo (36%) sofrem de lesão por esforço repetitivo (LER), (30%) de transtornos psíquicos e (25%) apresentam alguma perda auditiva ou de voz. (SINTRATEL, 31/07/2018)

Não obstante, é relevante destacar que a terceirização, segundo Castel (1998), não se apresenta como um acontecimento novo já que fora registada na Inglaterra do século XVIII, antes mesmo da Revolução Industrial, já havia capitalistas mercantis que praticava o controle do trabalho dos artesões explicitamente independentes, por meio de ligações comerciais distinta dos vínculos de assalariamento que se configurou clássica no decorrer do século XIX (CASTEL, 1998). E a terceirização processada, a partir do desfecho do século XX, obtém, contudo, marca histórica singular por se acompanhar a um extenso período de institucionalização do vínculo de assalariamento formal e fixo, fomentada na década de 1930 do século XX, tanto nos países centrais capitalistas, quanto nos países dependentes desse sistema. Essa terceirização presente atual se faz, de outro lado, em um curso mais extenso de colapso do modo formal e fixo de assalariamento, que a partir da década de 1930 se legitimou no Brasil, embora de forma não universalizada (SILVA, 2009).

Tais são as marcas do momento produzido pela nova ordem econômica mundial para o cenário do trabalho no Brasil. E desse modo, para compreender a reprodução da precarização do trabalho no país, faz-se imprescindível analisar a prática sociopolítica econômica na mesma sociedade, suas transformações, e de que modo chega ao emprego do trabalho em sua

inforelacional precarizante exacerbado de automação e de novas tecnologias. Ao tempo da abertura do mercado no Brasil, múltiplas consequências são percebidas, por exemplo, a depreciação da força do trabalho e desemprego praticado pela privatização de empresas. No século passado, o estudo de Castel (1998), já apontava elementos para entendermos essa realidade:

Mas o desemprego é apenas a manifestação mais visível de uma transformação profunda da conjuntura do emprego. A precarização do trabalho consistiu-lhe em uma outra característica, menos espetacular, porém mais importante, sem dúvida. (...). Não para banalizar a gravidade do desemprego. Contudo, enfatizar essa precarização do trabalho permite compreender os processos que alimentam a vulnerabilidade social e produzem, no final do percurso, o desemprego e a desfiliação (CASTEL 1998, pp. 514 e 516).

No Brasil, o desemprego potencializou a adesão à terceirização e a precarização do emprego, as quais são evidentes nos segmentos de serviços e de produção. Associada a tais aspectos, a diminuição de empresas por meio de adesão de atualidades organizacionais, com o emprego de máquinas e instrumentos industriais de ponta, essenciais ao aumento da concorrência e continuidade em um mercado altamente concorrente. Antunes (2006), ao analisar esse processo, assinala que a economia política no Brasil, que se configura perante a um novo contexto:

Presencia-se atualmente como consequência desse processo, uma significativa redução de postos de trabalho, que tem oscilado em decorrência dos movimentos do mercado, além da reorganização produtiva, por meio da implantação de células de produção, introduzindo o trabalho denominado “polivalente” ou “multifuncional”, que em verdade mais se assemelha a um mecanismo responsável por níveis mais acentuados de intensificação e exploração da força de trabalho (ANTUNES, 2006 p.22).

No tocante ao segmento de serviços, no caso do trabalho executado pelos *operadores de telemarketing*, observa-se como o modelo taylorizado e rotineiro de suas funções mantém-se com a ideologia do capital humano se insinuando como justificadora da melhoria continuada e das perspectivas de ascensão funcional (SILVA, 2009). A escalada funcional perante a empresa procede no engajamento dos trabalhadores, denominados, como empregados em procedimentos continuados de treinamento e qualificação. Os chamados planos de carreiras possibilitam à empresa distinguir e segurar os melhores empregados, com o propósito de ampliar “a rendibilidade e a produtividade de suas operações”, reduzindo dessa maneira, os custos de seus parceiros, ou seja, as empresas contratantes dos serviços. Alguns exemplos dos investimentos no chamado capital humano se mostram, na cessão de planos de saúde/odontológico, prêmio anual e vale-alimentação para os empregados. A concepção de

capital humano tem seu início na década de 1960 do século passado, quando os economistas da Escola de Chicago, recomendaram que a aplicação em treinamento para o trabalho resultaria em melhores taxas de lucros, e que por isso custos designados à qualificação dos trabalhadores precisariam ser vistos não como triviais na produção, mas aplicações aptas a reproduzir retornos econômicos superiores, como aqueles alcançados por quaisquer outros investimentos. Essa ideia difundiu-se no domínio das empresas/organizações doutrinando o conceito do “auto investimento”, ou seja, a prática do trabalhador, em aumentar e aperfeiçoar continuamente sua qualificação e aptidões (LÓPEZ-RUIZ *apud* SILVA, 2009).

Portanto, evidencia-se que, nessa etapa da reestruturação no Brasil nos anos 2000, aparecem outros elementos determinantes na sedimentação do novo modelo acumulativo, já citados, como a privatização do Estado, a desregulamentação do trabalho, o saque dos direitos sociais, o desemprego estrutural, o trabalhador e trabalhadora flexível e polivalente, com ênfase para a intensa incorporação do trabalho terceirizado (ANTUNES, 2006). A esse cenário apresentado, observa-se uma espécie de destruição, algo que resulta de uma ação de uma depredação do trabalho, sobretudo, o trabalho que se constituiu no Brasil.

Assim, a contrarreforma trabalhista, ao ampliar a gama de possibilidades de precarização do trabalho à disposição do empregador do *telemarketing*, *call center*, adicionou novos arranjos à tensão produzida cotidiana do trabalho no setor de *call center*. A sobrevivência mais prolongada no emprego, parece uma realidade. Obviamente, isso, não significa, dizer que esses novos arranjos, acarrete o fim do trabalho, não significa dizer, também, que é a perda de centralidade do trabalho. O trabalho exerce papel central na vida dos indivíduos (POCHMANN, 2005). Com a situação do primeiro emprego, é cada vez mais comum vermos jovens descrevendo o cenário econômico e social, sua relação com o mercado de trabalho e a própria carreira como algo que lhes escampam. A ideia de traçar um caminho para se inserir no mundo profissional se tornou extremamente complexa. A esses novos arranjos, ou poderíamos chamar de metamorfismo, discutiremos no capítulo seguinte.

CAPÍTULO 2 – OS CALL CENTERS: UM SETOR EM EXPANSÃO

Ao ressaltar esse capítulo, pretende-se chamar a atenção para expansão do *call center*, e já sinalizam uma tendência para esse segmento. O objetivo desse capítulo é assinalar uma análise das articulações do capital com a crise da Covid-19. A relevância dessa relação é observada, na seção 2.1, tendo como referências as reflexões de Antunes (2020). Nessa seção, não é realizada uma discussão teórica aprofundada sobre essa articulação, apenas observando o cenário que a empresa está inserida. Além disso, na última seção, exploramos aspectos do trabalho em empresa de *call center*.

2.1 Arranjos de trabalho em *Call Centers* está por todo lado

A partir dos anos de 1970 o mundo do trabalho vem sofrendo um *metamorfismo* que tem impactado na estrutura da sociedade contemporânea. Em larga medida, esse processo está relacionado ao avanço das tecnologias de controle do trabalho, sob o trabalho impactado pelas tecnologias informacionais, o avanço do trabalho morto (capital fixo) sobre o trabalho vivo²²(capital variável), que alcançou níveis quantitativamente e qualitativamente novos aumentando o *metamorfismo* do “*Frankenstein*” no setor de *calls centers* (ANTUNES, 2009). Aumentando a metamorfose, que nessa metáfora soma a precarização, informatização, é semelhante ao aumento do *metamorfismo*.

A esse aumento condição não só, mais primordial das novas relações trabalhistas sancionadas em 2017, sobremaneira reverberadas em sobrecarga de trabalho precarizado, superexploração, adoecimento emocional quando se observa a realidade desses os *operadores de telemarketing*. Tais transformações têm consequências sobre a vida dos trabalhadores especialmente no que refere à organização do trabalho, aos vínculos empregatícios e subjetividade.

Assim, o trabalho na qualidade de elemento social corresponde a estruturação sociocultural e econômica a qual ao longo da história da humanidade, diversos sentidos lhe acompanharam. Entre esses sentidos, o trabalho de acordo com a perspectiva marxista, está

²² A respeito da temática, conferir: ANTUNES, Ricardo. Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2009.

subordinado, no sistema capitalista, ao propósito de reproduzir e expandir o domínio material e político da classe capitalista, enquanto a maioria da população está separada dos meios de produção e de subsistência. Por conseguinte, essa maioria é compelida a ingressar no trabalho não só assalariado, mas também, a fim de sobreviver.

Dessa forma, o modelo de produção capitalista de mercadorias se transforma historicamente, aumentando sua capacidade hegemônica a partir de suas transições no que se refere ao seu modelo de organização do trabalho e de produção. As revoluções industriais e tecnológicas indicam esta *metamorfose* e as novas concepções advindas destes novos aspectos propostos pelo capital, exaurindo a subjetividade e singularidade do trabalhador, que outrora era o cerne do processo produtivo (MARX, 1996).

Construir uma tecelagem histórica e analisar as concepções teóricas que se relacionam com a *metamorfose* do trabalho no setor de *call center*, auxilia o entendimento do ambiente e das relações produzidas nesse espaço.

Para começarmos, torna-se relevante analisar a continuidade do crescimento do setor de serviços do *call center* por partes das empresas que se relacionam com o aumento expressivo do acesso aos serviços de telecomunicações. Os *calls centers* passam a estar por todos os lados para o setor de telecomunicações, e por conseguinte em quase todos os outros segmentos econômicos a partir de três premissas específicas: a primeira, promover maior estreitamento da relação clientes e empresas, seja por meio de solução de problemas (SAC) ou de serviços de vendas; a segunda, apresentar altos índices de produtividade; e por fim, com o advento da tercerização os custos, com esse segmento de atendimento são considerados menores se comparando com período anterior, em que cada empresa deveria ter seu próprio *call center* (SLONGO; SANTOS, 2011). O segmento de *call center* surge como as novas empresas de relacionamento com o cliente e buscam diminuir a relação entre clientes e empresas, por meio das ligações telefônicas combinadas com as tecnologias informacionais (SAKAMOTO, 2001). Esse arranjo possibilita um maior controle sobre o processo produtivo e conseqüentemente sobre o trabalhador, e maior diversidade de serviços.

O arranjo do trabalho no setor de *call center* é auxiliado pela tecnologia de informação. A dimensão utilizada de tecnologias no processo produtivo do segmento dos *calls centers*, provocou metamorfose significativas no uso de tecnologias para a racionalização do trabalho, um exemplo, o uso da Unidade de Resposta Audível (URA), tornou-se muito comum no *call center*. A URA é capaz de direcionar o cliente ao *operador de telemarketing* mais apropriado

para a resolução de problemas ou até mesmo para as escolhas de autoatendimento (PEPPERS, ROGERS, 2001). Dessa forma, a incorporação de novos elementos de comunicação por meio da introdução de novas tecnologias viabilizou atendimentos mais personalizados²³ e individualizados, ampliando a utilização desses arranjos de relacionamento com os clientes. O propósito é disponibilizar um serviço que cumpra às necessidades pessoais dos clientes para assim garantir a fidelização e retenção dos clientes de maior valor para a empresa (ANTON, 1997). Dessa maneira, os clientes podem ser considerados um ativo médio com um valor presente das futuras receitas que esses clientes representam.

Relacionado a isso, segundo o relatório do Mapa do Ecossistema Brasileiro de Bots²⁴ (2019), a produção de *chatbots* (programa de computador que simula e processa conversas humanas escritas ou faladas) e *voicebots* (assistente virtual com inteligência artificial que utiliza a voz como meio de interação) está se padronizando no Brasil. De acordo com o relatório, no ano de 2017, foram produzidos 8 mil *bots* no Brasil. No ano de 2019, o número pulou para mais de 61 mil *bots* produzidos em 85 empresas especializadas. Aumentou também a quantidade de interações dos clientes com os *bots*, por meio de mensagens escritas, quanto por mensagens de voz. Sendo que no ano de 2017, foram 500 milhões de interações por mês e, no ano de 2019 esse número dobrou e alcançou a marca de 1 bilhão de interações por mês (PANORAMA MOBILETIME, 2019, p. 3).

Outra informação presente no relatório, diz respeito à finalidade dos *bots* elaborados. Segundo a pesquisa, 94% dos desenvolvidos brasileiros produzem *bots* para o atendimento aos clientes, principalmente para SAC, e 75% desenvolvidos produzem *bots* para a realização de vendas (PANORAMA MOBILETIME, 2019, p. 13). A incorporação das tecnologias de informação e comunicação podem expressar uma tendência de substituição de postos de trabalho vivo (capital variável) pelo trabalho morto (capital fixo), objetivando maior lucro por parte das empresas. Tecnologias estas como o VoIP e os *bots* partem da premissa (que não há porque a interação humana, para que a interação seja realizada). Na operacionalidade do VoIP, o cliente pode sozinho clicar de menu em menu a procura da opção que melhor resolva as suas

²³ A utilização do termo personalizados refere-se ao fato de que o cliente a partir do advento do *call center* poderia acompanhar a vida útil do produto obtido e levantar as expectativas e o nível de satisfação do cliente.

²⁴ Informações coletadas e disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/mapa-do-ecossistema-brasileiro-de-bots-2019/> Acesso em 25 de março de 2022.

necessidades. Já na operacionalidade do *bots*, a demanda fica um pouco mais complicada, pois são programas de AI (inteligência artificial) com a capacidade de conversa com pessoas, simulando um contato vivo (capital variável), sendo em alguns casos indistinto a diferença entre trabalho morto (capital fixo) e trabalho vivo (capital variável) (CALADO, 2016; SRIVASTAVA, 2018).

Esses processos do capitalismo favorecem o enfraquecimento do trabalho vivo, da subjetividade e o surgimento de novas tecnologias informacionais modifica profundamente as relações de trabalho entre o trabalhador e os arranjos capitalistas. Por isso que essas *metamorfoses*, a tercerização, esses arranjos favorecem a precarização das condições e das relações de trabalho. No *call center* isso se expressa de diversas formas, com o rígido controle dos processos de trabalho e das condutas dos trabalhadores, rotatividade devido as precárias condições de trabalho entres outros. (SILVA; MOCELIN, 2009). As respostas recolhidas para esse estudo, observou esses arranjos, apresentou o controle excessivo do trabalho que se dá, dentre outras estratégias, pela presença constante de supervisores, determinando aumentos de produtividade, pelo controle do Tempo Médio de Atendimento (TMA), controle que acarreta medo.

2.2 A pandemia no emprego do *call center*: um “laboratório” de precarização

Já citamos acima que o segmento de *call center* tem sua relevância no Brasil, bem como, em Teresina, dado seu impacto na oferta de empregos. Em um cenário de crise pandêmica da Covid-19, algumas empresas tiveram que cessar suas atividades, “da noite para o dia”, como se diz popularmente por aqui. A exceção foi um grupo de atividades definidas pelo governo federal como essenciais, caso das empresas de *call center*, e, com isso, o que se viu foi a capacidade de se reinventar diante desse cenário.

O diálogo entre o setor de *call center* e o poder público, intermediado pelo Ministério da Saúde, apresentou em abril de 2020, um manual de boas práticas com recomendações para a saúde dos trabalhadores e distanciamento social, o qual, de acordo com a Associação Brasileira de Telesserviços (ABT), foi denominado Manual de Protocolos de Proteção da Saúde do Trabalhador no setor de *call center* para combater a Covid-19. A grosso modo, o documento contempla um conjunto de ações desenvolvidas pelas empresas do setor, sendo que alguns

pontos contam com o apoio do Ministério Público do Trabalho (MPT). (REVISTA O CONSUMERISTA, 11/05/2020).

Porém, o que se observava, de fato, eram denúncias e protestos por parte de trabalhadores do setor de *call center*, especificamente de trabalhadores da empresa pesquisada nesse estudo. Referidos protestos foram noticiados em portais de notícias locais. Segundo o Portal AZ²⁵, funcionários da empresa de *call center* *ABrasil* denunciaram que a empresa não estava cumprindo as medidas acordadas pelo próprio setor e o poder público. (PORTAL AZ, 2020). Portanto, nesse contexto de pandemia, observa-se a capacidade de o capitalismo reinventar-se, de se utilizar da crise ao seu favor. Um exemplo dessa contradição de crise, é o crescimento do setor do *call center* mais uma vez caminhando na contramão da crise, da mesma forma que ocorreu no Brasil com a crise econômica de 2013. De acordo com informações da Associação Brasileira de Telesserviços (ABT), no período crítico da pandemia, entre janeiro de 2020 a fevereiro de 2022, foram geradas 45 mil novas oportunidades de trabalho (EXAME, 25/04/2022).

Em contrapartida ao crescimento mencionando anteriormente, o que foi vivenciado no município de Teresina, fora o oposto, desse cenário, pois uma das maiores empresas do setor de *call center*, até então a Vikstar Contra Center, encerrou suas atividades de *telemarketing*, ocasionando o desligamento de mais de 2.500 funcionários (SINTEL/PI, 18/06/2021). Entre este, o próprio desligamento do pesquisador dessa empresa.

Esse cenário, pode ser melhor compreendido, tendo como referências as reflexões de Antunes (2020), quando sinalizava em seu artigo “Coronavírus: o trabalho sob fogo cruzado”, que a pandemia funcionou muito mais como um laboratório para o capital do que qualquer outra coisa, e que o ônus desse laboratório, o *home office*, fora transferido para o trabalhador. No cenário pandêmico Antunes (2020), assinala que a Covid-19 tem evidenciado as desigualdades existentes e as contradições do sistema capitalista bem como evidencia o metabolismo reprodutivo do capital.

O ônus pela implementação do *home office* também foi diagnosticado em uma pesquisa nacional encomendada pela VR Benefícios²⁶ publicada em novembro de 2020. A

²⁵ Para mais informações site: <https://www.portalaz.com.br/>

²⁶ Uma das empresas operadoras de cartões de vale refeição e alimentação no país. Fundada em 1977, um ano após a instituição do PAT (Programa de Alimentação do Trabalhador), Lei de nº 6.321/1966. É fundada a VR

referida pesquisa ouviu 2.481 pessoas em todo o Brasil, e evidenciou que a pandemia impactou, entre outras coisas, no aumento das despesas de trabalhadores em *home office*, pois (79%) deles informou ter havido aumento na conta de luz e para (34%) na conta de internet. (REVISTA CALLCENTER.INF, 2020). Corroborando com uma análise acerca da condição dos trabalhadores na pandemia, Antunes (2020) chama de “capital pandêmico” em que o Estado tem priorizado as taxas de lucro e a valorização do capital com avanços destrutivos para os trabalhadores e os grupos socialmente mais vulneráveis.

No entanto, é considerável sinalizar que se por um lado os *call centers* produzem muitos empregos, por outro, a qualidade desses empregos é bastante contestada, principalmente no que se refere às condições e relações de trabalho. Nesse aspecto, há um foco, entre qualidade, em relação a não existência destes postos de trabalho. Essa percepção do trabalho no *call center* sob o espaço socioeconômico, e, em similitude, desenvolvendo o conceito de trabalho no sistema capitalista, como definido por Marx (1988a) e interpretado por Borges e Yamamoto (2004), compreende-se que também o trabalho no call center é alienante, explorador, humilhante, monótono, discriminador, embrutecedor e submisso. Em suma, a formalidade no contrato de trabalho não é sinônimo de qualidade de emprego.

A propósito, uma análise empírica evidencia que no trabalho no *call center*, o *operador de telemarketing*, via de regra faz somente parte de um processo de atendimento, ou seja, a ligação é geralmente transferida para outro grupo com outras competências. No tocante a exploração, a mais valia é atingida com as jornadas excessivas sem o devido pagamento das horas extras, assim como pela otimização do tempo falado pelo *operador de telemarketing*. Quando se segue um *script*²⁷ predefinido, o processo de fala torna-se monótono. A submissão aparece no tocante aos salários que são sempre os mínimos possíveis. Em 2021, em Teresina, um *operador de telemarketing* recebia o valor de R\$ 1.191,00. Essas são algumas das características do trabalho no *call center*, quando se pressupõem oferta de emprego e qualidade dos mesmos.

lançando o vale refeição. Atualmente esse Programa de Alimentação do Trabalhador, encontra-se regulamentado pelo Decreto n 10.854, de 10 de novembro de 2021, com instruções complementares estabelecidas pela Portaria MTP/GM nº 672, de 8 de novembro de 2021.

²⁷ Refere-se ao uso padronizado de procedimentos e de linguagem que devem ser adotados pelo *operador de telemarketing* no relacionamento com o cliente, consumidor.

2.3 O trabalho em empresa de *call centers*: identidade e outras questões

A condição de precarização, como também, a flexibilização do emprego na contemporaneidade impõe consequências ao trabalho e ao trabalhador, como nunca visto. O trabalho apresenta-se mais incitante e em muitos contextos como possibilidade de que o trabalhador, na condição flexibilidade, tenha mais autonomia e independência do que em outras formas de emprego. Trabalhar em casa, por tarefas, organizando seu próprio tempo, é propagado como a fórmula que identifica a liberdade do trabalhador.

Assim, os processos de identidades buscam dar visibilidade aos trabalhadores de *call centers*. Do ponto de vista de Hall (2008), a identidade é formada no interior de práticas discursivas particulares, ou seja, situada em territórios históricos e específicos. É marcada muito mais pela diferença que pela unidade e fornece incentivos para responder indagações relacionadas à “como temos sido representados”, do que “quem somos”, por isso mesmo se encontra no campo ficcional e simbólico (HALL, 2008, p. 109).

Para Bauman (2005), que também guarda aproximações com a perspectivas dos estudos culturais observa a identidade como estando em permanente construção, apresenta um caráter extremamente frágil e provisório. Para o autor:

[...] a identidade humana de uma pessoa era determinada fundamentalmente pelo papel produtivo desempenhado na divisão social do trabalho, quando o Estado garantia (se não na prática, ao menos nas intenções e promessas) a solidez e a durabilidade desse papel, e quando os sujeitos do Estado podiam exigir que as autoridades prestassem contas no caso de deixarem de cumprir as suas promessas e desincumbir-se da responsabilidade assumida de proporcionar a plena satisfação dos cidadãos (BAUMAN 2005, p.52).

As mudanças no mundo do trabalho nas últimas décadas evidenciam a interferência de o Estado em enfrentar a crise. No Brasil, esse enfrentamento da crise evidencia o que, na compreensão de Bauman (2005) o enfraquecimento do estado de “bem-estar social”, o que trouxe como consequência a sensação de insegurança e a flexibilidade no local do labor e que, portanto, interfere na identidade do trabalhador.

Toda essa perspectiva, desencadeia emoções observando que os indivíduos avaliam a performance do papel do indivíduo, isto é, a maneira como os indivíduos valoriza o papel do indivíduo, leva-o a determinadas emoções, que igualmente, contribui para o fortalecimento ou enfraquecimento da identidade psicossociológica.

Outros aspectos que nos ajudam a compreender os processos de identidade, está nas reflexões de Ciampa (2004), a identidade é compreendida como metamorfose dada seu atributo fluido e mutável, simultaneamente em que se constrói a partir das condições materiais permitida em um contexto histórico singular. Ou seja, o indivíduo permanece em constante mudança e não pode se construir sem a interação de outros indivíduos em sua materialidade, entretanto retém certa unidade constante. Dada os meios do materialismo histórico, o trabalho, na reflexão do autor, exerce um papel relevante, ainda que não seja o único.

Outro ponto compreendido em sua concepção tem relação ao aspecto temporal e atemporal da identidade. Como exemplo, aponta, Ciampa (2004, p. 66), quando o indivíduo diz: “sou professor”, na realidade estaria da mesma forma dizendo: “tornei-me professor”, ou seja, o que o autor quer destacar é que em um determinado momento essa identificação passa a ter existência como uma categoria e uma vez que isso acontece, se dá o processo de diferenciação a partir das singularidades envolvidas, ou seja, o indivíduo se identifica e também é identificado, assim como os demais que estão na mesma categoria, então o indivíduo tornou-se professor e continuará enquanto for essa identidade resposta do dia a dia. Em suma, nos dizeres do autor: “[...] cada posição minha me determina, fazendo com que minha existência concreta seja a unidade da multiplicidade, que se realiza pelo desenvolvimento dessas determinações” (CIAMPA, 2004, p. 67). Se o trabalho é pertinente para a construção da identidade, para Jacques (1996, p. 22) é inerente a relação trabalho e identidade ao dizer que, em razão da relevância do trabalho na sociedade contemporânea, a função do trabalhador é significativa entre “os papéis representativos do eu”.

Essa concepção da flexibilidade alimenta como possível qualquer forma de trabalho, tornando-a importante, ainda que provisória, como é o caso do trabalho em *call center* para muitos jovens. Embora essa concepção assim molde muitas vivências de trabalho em *call center*, outro aspecto relevante para se compreender o trabalho nesse espaço, é o medo. No ambiente de trabalho, o medo se gesta em geral por meio do controle exercido sobre o trabalhador em relação ao seu desempenho e aos resultados que deve alcançar. Um medo capilarizado, não muito clara e difusa, mais gerador de um pânico que alimenta e vigia a todos os trabalhadores, fazendo com que eles não percam as forças para atingir as exigências impostas. Bauman (2003) ao se referir ao medo afirma que não interessa se esse real ou imaginário, vai captando cada um de modo individual.

Ao tratar do contexto do trabalho, Sennett (2006) ressalta que, enquanto no fordismo o indivíduo aprendia trabalhar duro e a postergar sua remuneração, ocorrência que proporcionava profundidade a sua vivência psíquica. Contudo, na contemporaneidade, também denominado de acúmulo flexível, os indivíduos privilegiam as vivências de trabalho favoráveis de certificar uma remuneração rápida e um encadeamento de habilidades, como qualidade de cooperar e de se moldar a situações, são mais e mais engrandecidas, isto é, ocorre uma “mistificação” da vivência vivida de forma expandida.

Desse modo, na contemporaneidade, o trabalho na qualidade de satisfação própria, constitui a perspectiva de obter uma retribuição identitária possível de oferecer um sentido. O trabalhador e trabalhadora aguarda, não apenas uma remuneração pelo seu trabalho, mais aguarda do mesmo modo, que o mesmo o colabore na constituição de sua identidade sócio individual.

Segundo Coutinho, Krawulski e Soares (2007), apesar de o trabalho constituir-se “imprescindível” para a formação da identidade do indivíduo e, também, para a percepção das relações sociais, é indispensável ponderar que conexões são prováveis e problematizar sobre, até que ponto o cenário de muitas mudanças trabalhistas metamorfoseia os “processos identitários”. Obviamente que esse esforço é muito complexo na contemporaneidade, o qual remete ao indivíduo a se sustentar em identidades precárias, provisórias.

No que diz respeito ao aspecto provisório da identidade, Bauman (2005) afirma que o indivíduo, nesse contexto de inúmeras transformações, evidencia problemas em adotar compromissos, dado que é capaz de mudar de identidade ao tipo de episódios. Para o autor, não minimizar os perigos, somente pulveriza ligado juntamente a ansiedade. Aquilo que se percebe da forma que não se pode refletir a amplo período, o recurso individual é não se aprisionar a coisa nenhuma que dificulte a execução de manobras imediatas. O indivíduo necessita desempenhar o que Bauman (2005, p.14) designou de “sucessão de projetos de curta duração”.

A procura por projetos de curta duração, aquilo que pode vir acontecer, o indivíduo esbarra em uma série de trabalho de empregos precários, temporários, inconstantes, segmentados. Consistindo-se no modo de trabalhos, empregos que cada vez mais, trabalhadores encontram-se postos, reproduzem um aspecto, de “fragilidade social de primeira ordem e de saúde pública” (BLANCH E CANTERA, 2008, p. 10). Além disso, destacam-se os autores que retratam a inserção em condições precárias de trabalho, constitui-se, de fato, consequências para o trabalhador, dado que “naturaliza o contexto trabalhista” de tal modo que, mesmo no

cenário em que o trabalhador localiza-se separado do “pacote” acessível aos mesmos, que se constituem componentes do “staff” da empresa, coordenando ações para entender, projetos os mais diversos possíveis, mas que sejam capazes de ajustar vivência pessoal e trabalho, as metamorfoses no mundo do trabalho geraram numerosas mudanças na vida dos trabalhadores.

Frente ao exposto, cabe refletir acerca de identidade dos trabalhadores de *call center*, um seguimento marcado pelo lugar que jovens do sexo feminino são preferidas em detrimento daqueles do sexo masculino. Segundo Pochmann (2005), apesar de o setor de *call centers* ter evidenciado como um espaço de trabalho potencial para admissão de mão de obra jovem, ocasionando oportunidade para que jovens vivenciem o primeiro emprego (SILVA, 2004a). De fato, dada a experiência própria no trabalho, observava-se admissão de jovens pelo setor/ramo de *call center*. Em relação a admissão em maior número de jovens, Sennett (2006, p. 93), com finalidade de “sai mais barato e causa menos problema”. De acordo com Sennett (2006), o setor de *call center* opta por admitir indivíduos jovens “mais adaptável” visto que a inclinação de que este opta por deixar seu emprego logo que insatisfeito.

Disto isso, é presumível que haja um desconhecimento por partes desses trabalhadores jovens, no que diz respeito a seus direitos, e que os impelem, por falta de outras opções, a relações precárias. Daquilo que é possível presumir baseado na realidade de como os *call centers* se estruturam em nossa sociedade, é possível supor que esse é um setor que se ergueu em um cenário flexível/adaptável é cada vez mais apropriado à perspectiva do capital, proporcionar admissão de jovens a procura do seu primeiro emprego. Entretanto, o que aparenta ser uma entrada para o mercado do trabalho, pode esconder a indagação de admissão do trabalhador em um cenário de precarização, para além da experiência considerada primeiro emprego.

Sem dúvidas, essa condição de trabalho estruturada nessa lógica acima desenhada, faz parte das modernas organizações de trabalho. Nas reflexões Harvey (2008), sobre a condição pós-moderna, identificamos uma série de argumentos para entender o porquê do crescimento da demanda por essas formas de emprego: elevado índice de desemprego “estrutural”, que na prática de uma “modulação” da força de trabalho jovem, admitindo inclusive um contingente de trabalhadores com qualificação em grau superior. É importante salientar que, entre outros argumentos, a inserção de trabalhadores qualificados nessa condição, está ancorada no “discurso” da presumida qualificação trabalhista.

Para Castel (1998), essa presumida qualificação não passa de uma perspectiva positiva da “crise” em combate ao desemprego ou ainda como uma saída do mesmo para não comprometer seu lucro. Ademias, assinala Castel (1998), “[...] a exigência de qualificação não corresponde sempre a imperativos técnicos. Muitas empresas têm a tendência a se precaver contra futuras mudanças tecnológicas contratando jovens super qualificados, inclusive em setores de status pouco valorizados” (p. 520).

No contexto do trabalhador de *call centers*, algumas indagações são pertinentes: que qualificação se tem constituído? Que conhecimentos concedem que o trabalhador se perceba? Que aprendizagens esse tipo de trabalho proporciona como legado a outras experiências diferentes de emprego? Sem ter a intenção de esvaziar as inúmeras perspectivas de reflexões a essas indagações, é admissível oferecer certos componentes que são capazes de oferecer elucidações para entender complexidade e o lugar que essa forma de trabalho adquiriu nas últimas décadas. Antes de tudo, com base em nossa experiência, é possível afirmar que o trabalhador do *call center*, na função de atendente requer competências em informática básicas, conversação e rapidez com a finalidade de ouvir, compreender e procurar conhecimentos e/ou respostas para a demanda do cliente nas mais diversas proposições e também com maior agilidade possível e, além disso, ser capaz de assinalar no computador todos estes procedimentos.

Desta forma, o trabalho na função de *operador de telemarketing*, as competências assimiladas pela empresa assemelham mais e mais com possibilidade de que o trabalhador se adeque a um modelo de trabalho que necessite de uma flexibilização conforme as reflexões desenvolvidas por Sennett (2006) e Castel (1998) nos fazem compreender, que esse tipo de trabalho exige uma qualificação obtida nos assentos das universidades ou ainda outro modelo de qualificação mais singular, tais como cursos profissionalizantes. Uma situação que Pochmann já apontava em 2005, ao estudar o primeiro emprego. Segundo ele, em muitos casos, aquilo que colabora com o propósito de muitas empresas assumirem como método de triagem indivíduos com grau superior é o caso de existir uma grande quantidade de trabalhadores sem emprego, possibilita a seleção de profissionais mais aptos do que a função requer.

Transcorridos mais de dez anos de publicação das reflexões de Pochmann, quando avaliamos a situação do primeiro emprego de jovens na empresa de *call center* estudada, presumimos tratar-se de situação parecida em relação à inserção de trabalhadores qualificados em nível superior na função de *operador de telemarketing*.

Salvaguardando as devidas dimensões sobre a compreensão do trabalho bancário como algo passageiro (RODRIGUES, 2001), no *call center*, o trabalhador na função de *operador de telemarketing*, entende seu trabalho provisório ou uma “chuva” durante o tempo que falta para concluir o curso universitário, visto que suas perspectivas é poder trabalhar em funções para as quais foram qualificados no curso superior que estão frequentando. O fato de o jovem trabalhador *operador de telemarketing* geralmente ter curso superior e aceitar funções inferiores ou que não tenha relação com sua formação está mais relacionado a falta de oportunidades.

Um indício dessa perspectiva é o fato de as competências serem uma base das exigências requeridas pelas empresas e de elas estarem centradas em habilidades técnicas e comportamentos adquiridos em vivências cotidianas. Então, de que modo se faz o processo da identidade trabalhista a respeito do trabalho no *call center*? Com relação a essa indagação, a pesquisa de Borsoi, Ruiz e Sampaio (1995), realizada com telefonistas de uma empresa estatal nos anos de 1995 do século XX, aponta questões fundamentais para entendermos aspectos desse tipo de trabalho:

O trabalho de uma telefonista, em toda a sua complexidade, parece determinar hábitos, gestos, expressões, enfim, modos de vida. (...) A identidade de telefonista aparece como se fosse dada, exigida, e não construída pelo sujeito que se identifica como tal. Por fim, a telefonista vive o estar sendo o que faz durante quase vinte e quatro horas por dia (p. 172).

Como podemos observar, nessa investigação, levando em conta o trabalho de telefonista, de acordo com o que é tratado por Borsoi, Ruiz e Sampaio (1995), observa-se perspectivas de constituir uma identidade, de um telefonista que estivesse pensando, como se fora “programado” para funcionar vinte e quatro horas por dia. Porém, o que tratar do trabalhador que não se identifica com a função que exerce em seu emprego o percebe como provisório? Sobre essa indagação, Silva e Mocelim (2009) entendem que o *call center* é um espaço de trabalho localizado à frente dos debates sobre emprego, desemprego e ingresso no mercado do trabalho, visto seu avanço e capilaridade, no cenário das modernas organizações. Em contrapartida, esses autores acreditam que processos como identidade, admissão sindical e permanência não contribuem para a compreensão do segmento do *call center*, levando em consideração que geralmente sua percepção incide acerca do problema da precarização do trabalho.

Dessa forma, o trabalho em *call center* toma corpo em um período de consolidação de processos de flexibilização do trabalho que, pela sua natureza, já se apresenta como um trabalho

de período curto, teoricamente ameno e efêmero. Uma temporariedade que se um artifício para o trabalhador.

Perante essas ponderações, fica explícito que as discussões, trabalho e identidade no setor de *call center* têm potencial para oferecer relevantes reflexões acerca de como os trabalhadores tendem a estruturar sua vivência de forma a percebem sua relação como o trabalho, o modo como o explicita. Acreditamos que essas reflexões oferecerão certa “visibilidade” às problemáticas enfrentadas por eles.

CAPÍTULO 3 – O TRABALHO NO *CALL CENTER* E SUA RELAÇÃO DE FEMINIZAÇÃO

Os *call centers* elucidam essas novas formas de trabalho, a partir de seu modo de precarização e do novo proletariado nele contido. Este capítulo visa discutir sucintamente algumas reflexões sobre gênero e a mulheres no mercado de trabalho. A feminização no segmento de serviços, observando a inclusão da mulher neste e, por fim, o trabalho feminino em empresa de *call center*, que também nele se expressou.

Assim, como foi mostrado em outras pesquisas, essa realidade empírica nos possibilita a desenvolver algumas reflexões sobre mulheres e mercado de trabalho.

3.1 Algumas reflexões sobre mulheres e mercado de trabalho

Embora esse não tenha sido nossa pretensão inicial, a realidade evidenciou ser necessário entender por que as mulheres são maioria no trabalho em *call center* em Teresina. Assim, compreendemos ser necessário ter como referência o gênero como uma categoria analítica (SCOTT, 1988; 1995; SAFFIOTI, 2013). Um elemento essencial para a compreensão da divisão do mundo do trabalho como um processo histórico, ou seja, produzido socialmente e não natural à condição da mulher.

O trabalho feminino, desde a segunda metade do século XX, quando as mulheres passam a trabalhar fora de casa, para ajudar na renda familiar ou para manter a própria família, tem se observado um crescimento vertiginoso dessa força de trabalho. As modificações produtivas e sociais provenientes da revolução burguesa causaram uma fragmentação entre privado e público como elementos que organizam a vida social. Embora não tenha sido o capitalismo que criou a submissão e opressão das mulheres, essa fragmentação foi essencial para as modificações das práticas sociais entre os gêneros.

Todavia, o mercado de trabalho é tido como local, em particular, cercado pela desigualdade, visto que as mulheres o acessam em desvantagens: em geral, ganhando salários menores e tendo que acumular dupla jornada de trabalho. Além disso, há também a desigualdade marcada pela falta de qualificação para ocupar postos de trabalho em que é exigida formações incompatíveis com aquelas para as quais as mulheres são preparadas. Há, portanto, disparidades de ingresso a certos tipos de função, ocupações, trabalho, emprego, bem como o

acesso às funções, ocupações, trabalho, emprego aquém, estão estreitamente ponderados por elementos que se correlacionam com distinção de gênero, raça ou etnia.

Estudos realizados no Brasil evidenciam que as mulheres oriundas das camadas mais pobres (principalmente negras) encaminham-se para empregos domésticos, de prestação de serviços e agregados na indústria; ao passo que mulheres oriundas das camadas médias, em função de ter maiores possibilidades educacionais, encaminham-se para prestação de serviços, para áreas administrativas ou educação, saúde (BRUSCHINI E LOMBARDI, 2000, p. 85).

Com a emergência dos movimentos feministas, as mulheres ganham espaço na cena política, alterando sua perspectiva de vida e conquistando uma posição de sujeito com mais possibilidades (FRAISSE e PERROT, 1994). Dentre os movimentos políticos e sociais do século XX, verifica-se que o feminismo foi um dos mais bem-sucedidos, assim como Sorj (2005) coloca:

Diferentemente dos demais movimentos políticos como o fascismo, o nacionalismo e o comunismo, o feminismo promoveu uma formidável mudança de comportamentos orientada para a promoção de mais liberdade e igualdade entre os sexos, sem aspirar à tomada do poder, sem utilizar a força e sem derramar uma gota de sangue. As mudanças ocorreram no campo do convencimento e da persuasão, pela condução de campanhas e manifestações, pela divulgação de ideias na mídia e pela mudança das leis. O feminismo, além do mais, constituiu-se como movimento plural, sem dono nem estruturas de controle centralizadas, sem excomungados, renegados ou dissidentes. (p.3)

O movimento significou uma redefinição do poder político e da forma de entender a política ao colocar novos espaços no privado e no doméstico. Sua força está em recolocar a forma de entender a política e o poder, de questionar o conteúdo formal que se atribuiu ao poder às formas em que é exercido. Esse é seu caráter subversivo (LEON, 1994, p 14). O capitalismo dito “moderno” iniciou um processo de libertação feminina ao dissolver a família proletária e colocar as mulheres no mercado de trabalho, retirando-as do espaço privado da família para o trabalho assalariado, e não o direito, que inicia o processo de autonomia e emancipação das mulheres (FRAISSE, 1994, p. 79). No Brasil, as primeiras manifestações aparecem já na primeira metade do século XIX, em especial através da imprensa feminina, principal veículo de divulgação das ideias feministas naquele momento.

O Brasil do século XIX foi marcado pela consolidação do capitalismo, pelo incremento da vida urbana e pela ascensão da burguesia, reorganizando a vivência familiar e doméstica, o tempo e a atividade feminina. No interior das relações da família burguesa, nasce uma nova mulher, com a valorização da intimidade e da maternidade, e sob o ideal de retidão de “um

sólido ambiente familiar, o lar acolhedor, filhos educados e esposa dedicada ao marido, às crianças e desobrigada de qualquer trabalho produtivo” (D’INCAO, 1997, p. 223).

Para Santos (2002, p. 39), esses movimentos deram visibilidade aos estudos de gênero, diminuindo os “estudos sobre a mulher” e consagrando a categoria de análise de gênero, a partir dos anos de 1980. Com os estudos de gênero, homens e mulheres passaram a ser compreendidos de forma relacional, através de processos sociais e não mais individualmente, por aspectos físicos e biológicos.

Kergoat (2003, p.56) afirma que na divisão social que se desenvolve nas unidades familiares de produção, o que existe é uma divisão fundamentada em dois princípios: “o princípio da separação – existem trabalhos de homens e trabalhos de mulheres – e o princípio da hierarquização – o trabalho dos homens vale mais que o trabalho das mulheres” -, ambos reproduzidos através de um processo de legitimação que se dá pelas relações que desenvolvem entre os membros da família, como também há tarefas realizadas quase que exclusivamente pelas mulheres, como a manutenção do jardim, por exemplo, presume-se, portanto, que se não forem elas a realizá-las, estes serão abandonados.

Ainda em meados dos anos 1980, a historiadora Scott elaborou uma definição segundo a qual: “Gênero é um elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre diferenças percebidas entre os sexos, e o primeiro modo de dar significado às relações de poder” (SCOTT, 1990, p.14). Outras autoras, tais como Sorj (1992), Bruschini (1992) e Grossi (2000), também compreendem e trabalham gênero como sendo um produto social aprendido, em que o poder que permeia tal relação é desigualmente distribuído.

Era necessário instituir um novo sentido para a palavra, considerar que “gênero não pretende significar o mesmo que sexo, ou seja, enquanto sexo se refere à identidade biológica de uma pessoa, gênero está ligado à sua construção social como sujeito masculino ou feminino” (LOURO, 1996, p.08).

Saffioti (1990), relata que se opta por trabalhar com o conceito de relações de gênero, ao invés de relações sociais de sexo porque:

O termo gênero está linguisticamente impregnado do social, enquanto é necessário explicitar a natureza social da elaboração do sexo. O conceito de relações de gênero deve ser capaz de captar a trama de relações sociais, bem como as transformações historicamente por ela sofridas através dos mais distintos processos sociais, trama está na qual as relações de gênero têm lugar (p.6-8).

A perspectiva de gênero realiza uma superação dos limites biológicos e trata homens e mulheres sob a ótica de papéis sociais historicamente construídos. Desta forma, abordando o peso do social para as diferenças e para as relações entre homens e mulheres, a perspectiva de gênero, permitiu compreender e modificar a situação social da mulher. No entanto, não se pretende com isto negar a biologia, mas focar intencionalmente a importância da construção social e histórica produzida sobre as características biológicas. Argumenta que “as justificativas para as desigualdades precisariam ser buscadas não nas diferenças biológicas, mas sim nos arranjos sociais, na história, nas condições de acesso aos recursos da sociedade, nas formas de representação” (LOURO, 1998, p.22). Sustenta Louro, (1998):

É necessário demonstrar que não são propriamente as características sexuais, mas é a forma como essas características são representadas ou valorizadas, aquilo que se diz ou se pensa sobre elas que vai constituir, efetivamente, o que é feminino ou masculino em uma dada sociedade e em um dado momento histórico. (p.21)

Portanto, de acordo com a autora, para que se compreendam o lugar e as relações de homens e mulher numa sociedade observou-se não exatamente seu sexo, mas sim tudo o que socialmente se construiu sobre os sexos.

O conceito de Gênero possibilita compreender as relações de poder que se apoiam nas valorações e significados culturais atribuídos, assimetricamente, a homens e mulheres (BARSTED, 2000). Segundo Joan Scott, “gênero é a base das relações de poder na sociedade “. Trabalhar com uma perspectiva de gênero é reconhecer que a manutenção de hierarquias entre homens e mulheres pode levar à perpetuação das demais relações de opressão e exploração existentes na sociedade. Além disso, é formular mecanismos capazes de inibir na prática a reprodução de desigualdades de direitos e deveres entre homens e mulheres, bem como de criar condições favoráveis ao desenvolvimento de uma sociedade justa e sustentável (INCRA, 2000).

A integração consistente da mulher no mercado de trabalho desenvolveu seu poder de barganha em relação ao homem, impactando o poder de dominação do homem em sua atribuição de prover a família. Esta integração sobrepôs a mulher com quádruplas jornadas de trabalho (trabalho remunerado, educação dos filhos, organização da casa e jornada noturna em benefício do marido) (CASTELLS, 1999b).

As mulheres encontram-se em abundância no mercado de trabalho desde a década de 1960 do século passado e começo da década de 1970 do século passado. Sugere Castells (1999b), esses avanços vêm acontecendo pelo arranjo de quatro constituintes:

[...] primeiro, a transformação da economia e do mercado de trabalho associada abertura de oportunidade para as mulheres no campo da educação.... Em segundo lugar, vêm as transformações tecnológicas ocorridas na biologia, farmacologia e medicina, proporcionando controle cada vez maior sobre a gravidez e a reprodução humanas..., Terceiro, tendo como pano de fundo a transformação econômica e tecnológica, o patriarcalismo foi atingido pelo desenvolvimento do movimento feminista, consequência dos movimentos sociais da década de 60.... O quarto elemento a induzir o desafio ao patriarcalismo é a rápida difusão de ideias em uma cultura globalizada, em um mundo interligado por onde pessoas e experiências passam e se misturam, tecendo rapidamente uma imensa colcha de retalhos formada por vozes femininas, estendendo-se sobre quase todo o planeta (p. 172)

Nesse sentido, a tecnologia favoreceu a mulher concedendo um controle maior sobre a periodicidade e o tempo de ter filhos, por meio do desenvolvimento de anticoncepcionais, a manipulação genética e a fertilização *in vitro* (CASTELLS, 1999b). A introdução da mulher no mercado de trabalho recompensado acontece por desdobramento do mercado de gênero, nesse sentido, valendo-se das conjunturas sociais da mulher para expandir o gerenciamento, a produtividade e os lucros, com relação à informatização, que engloba a economia em rede (CASTELLS, 1999b). A perspectiva de gênero possibilita uma análise centrada na superação dos limites biológicos e trata homens e mulheres sob a ótica de papéis sociais historicamente construídos. Desta forma, abordando o peso do social para as diferenças e para as relações entre homens e mulheres, a perspectiva de gênero, permite compreender e modificar a situação social da mulher.

No entanto, não pretende com isto negar a biologia, mas focar intencionalmente na importância da construção social e histórica produzida sobre as características biológicas. Argumenta que “as justificativas para as desigualdades precisariam ser buscadas não nas diferenças biológicas, mas sim nos arranjos sociais, na história, nas condições de acesso aos recursos da sociedade, nas formas de representação” (LOURO, 1998, p. 22). Em relação a essa rede globalizada que o autor cita, configura uma nova economia que requer cada vez mais competências para executar funções de relacionamentos com os clientes, empregadas no processo de gestão de informações e de indivíduos (CASTELLS, 1999b).

Doravante a década 1990 do século passado, a economia informacional revelou outro aspecto que propiciou a admissão de mulheres, o mercado de trabalho passou a demandar o máximo de flexibilidade como recursos de humanos (CASTELLS, 1999b). O funcionamento econômico em rede e a flexibilização são aspectos significativos da economia informacional. Existe uma similitude de gênero em economia informacional e a flexibilização do trabalho feminino em modos da nova economia, horários, tempos de entradas e saídas do mercado de

trabalho (CASTELLS, 1999b). Uma série de fatores essa tipifica dado ao trabalho das mulheres, a exemplo, a própria percepção que se criou a partir da função social da mulher nos moldes de produção do capitalismo.

3.1.1 Feminização no segmento de serviços

O rápido desenvolvimento das tecnologias informacionais, segundo Hirata (2001), [...] parecem vir presenciada de uma “feminização” do trabalho, já que houve aumento das mulheres no setor de informática, aumento da qualificação e do emprego neste segmento de serviço. Entretanto, principalmente nos países periféricos, estes empregos cresceram no quadro da flexibilização das relações de trabalho que ocorre em todo o mundo, e esta flexibilização significou um aumento considerável da precariedade e da vulnerabilidade, principalmente no emprego feminino. Essa feminização que caminha de mãos dadas com a precarização dos empregos, é um fator relevante do conflito entre trabalho e capital, apesar de se alimentar de ideologias situadas além da relação de classes: mão-de-obra mais barata. As mulheres são recrutadas para os postos criados a partir da inserção de novas tecnologias no caso em questão, para as posições de atendimentos (PAs) surgidas com a expansão do segmento de *call center*.

Segundo a autora, o trabalho precário está evidente por uma divisão sexual já que:

[...] as mulheres são mais numerosas do que os homens tanto no trabalho informal quanto no trabalho em tempo parcial: número inferior de horas trabalhadas, níveis mais baixos na escala de qualificação. A autora também aponta para o fato de que, mesmo quando tem um emprego com contrato por tempo indeterminado, o trabalhador pode encontrar-se em situação precária, como demonstram os novos empregos por tempo indeterminado, criados no Brasil a partir de 2005, cuja remuneração é um salário mínimo. (HIRATA 2009, p. 26).

As relações diferentes entre mulheres e homens está sob o pressuposto não só no trabalho, mais também na desigualdade de gênero, ou seja, este pressuposto aparece no centro da divisão sexual do trabalho que se dá, na contemporaneidade, com maior introdução de novas tecnologias informacionais. Esse estudo evidencia que a uma continuidade no perfil de mulheres na atividade de *telemarketing*, ou seja, um trabalho simples, precarizado, fácil de aprender e, por isso trabalho próprio para mulher.

Segundo Segnini (2001), os efeitos observados no novo cenário produtivo atingem mulheres e homens de forma dissemelhante. Ainda segundo a autora, como consequência da reestruturação produtiva, o uso do labor feminino foi acentuado e disseminado. As novas

metamorfoses do mundo do trabalho facilitam a superexploração da mão de obra feminina. Dessa maneira, substituem o labor masculino mais bem remunerado pelo labor mal remunerado das mulheres, em postos que exigem pouca qualificação, seja por meio de contratos terceirizados ou temporários.

As ferramentas de produção, no controle masculino, em particular, conduziram tendencialmente as mulheres para os trabalhos, as funções e os postos mais simples, quaisquer que sejam o segmento econômico e o nível de modernização tecnológico. Sobre outro olhar, Daune-Richard (2003), sinaliza que as novas tecnologias nos setores da economia secundários e terciário também não liquidam a importância das habilidades adquiridas no âmbito doméstico: uma capacidade de atenção e supervisão, junto a uma certa passividade necessária em certos postos automatizados femininos.

O setor de serviço tendo o *call center*, como um segmento econômico que comporta em sua via de atendimento feito por mulheres. O aumento da presença da mulher no mundo do trabalho pode, por um lado, ser entendido com um dos elementos centrais das grandes mudanças culturais ocorridas posteriormente à Segunda Guerra Mundial, como foi discutido anteriormente, mas, esse aumento deve, por outro lado, ser interpretado com contornos singulares, sendo vital destacar as características do trabalho das mulheres e sua forma de admissão na camada produtiva numa sociedade ainda marcada por grande opressão sexual. As mulheres também sofrem com as consequências dessas *metamorfoses* na organização da produção do labor, como, por exemplo, problemas de saúde mental.

Faz-se relevante salientar que mesmo após a inserção das mulheres nos espaços de trabalho, como no *call center*, mesmo que esses sejam mais precarizados, pouco qualificados, as mulheres não deixaram de realizar as atividades no contexto do trabalho reprodutivo: continuaram a realizar as funções domésticas, de cuidados, de estudos, reproduzindo e educando.

Uma questão que ainda perdura no tocante a desigualdade de gênero, é que segundo Hirata (2001), ao analisar o aumento crescente de inserção da mulher no mundo do trabalho nos últimos trinta anos, (nos parece que perpassam), aponta que estas adquiriram maior nível de escolaridade comparativamente aos homens, ampliaram sua presença em ocupações que antes eram exclusivamente masculinas e que exigiam maior escolaridade. Ainda existem espaços de trabalho designados para o gênero feminino com baixos níveis salariais entre os gêneros e dupla ou até tripla jornada. O labor doméstico continua sob a responsabilidade das

mulheres, sendo maior a presença das mesmas, em postos taylorizado, realizando tarefas repetitivas e monótonas, o que confirma uma barreira de gênero no envolvimento com tarefas mais qualificadas. Para Hirata (2001), da perspectiva do trabalho feminino, o que se observa é que, apesar das inovações tecnológicas, a divisão sexual do trabalho perdura.

Observa-se que o contexto da mulher trabalhadora perpassa inúmeras fases do capitalismo e a chegada da globalização e da produção flexível ainda sujeita a tripla função de cuidar da família, da reprodução da mão de obra e da continuidade da produção social, isto é, assalariada ou não. Esta, definidas por mercados globais, assume nas fases periféricas do capitalismo de gestão cada vez mais superexplorada.

Em relação às decorrências desfavoráveis, sobre as trabalhadoras, no que diz respeito ao papel hierarquicamente subordinado que exercem tanto no lar quanto labor, Nogueira (2006) relaciona a dupla jornada na função de *operadoras de telemarketing*, (em muitas vezes podem se constituir em tripla jornada, no caso das mulheres que trabalham em emprego formal e informal, estudam) à maioria incidências, em trabalhadoras do gênero feminino, das mazelas que atingem por norma os trabalhadores desse setor.

A função desfavorável das *operadoras de telemarketing*, na divisão de gênero das funções domésticas, alia-se ao fato de serem tomadas muitas vezes como alvo preponderante dos constrangimentos emanados de gestores e supervisores a fim de que seja sustentada sob controle da força de trabalho, e de, em virtude dos inúmeros tipos de pressão e assédios, sejam morais ou sexuais, serem mais propensos a pedir demissão do que os trabalhadores masculinos (VENCO, 2006:14). A constituição social de uma suposta vulnerabilidade do gênero feminino revela aqui sua força, e é de se presumir que as tornem empregados preferencias a visão das empresas e de seus gestores.

No contemporâneo mercado de trabalho, um segmento que mais utiliza mão de obra feminina é o ramo de *call center*. Isso leva ao questionamento do porquê o ramo de *call center* emprega uma grande fração de trabalhadoras do sexo feminino e como estas trabalhadoras estão desempenhando esse trabalho. Segundo pesquisa do portal eletrônico Call Center BR (2021), cerca de (60%) dos cargos das 500 mil vagas oferecidas em todo o país são ocupados por mulheres. Ainda conforme a citada pesquisa, no *call center*, as mulheres são escolhidas por serem mais cuidadosas e atenciosas.

Corroborando com essas informações, as mulheres representam a maioria dos trabalhadores no setor de *call center*, chegando a (60%) das ocupações, segundo dados do portal

eletrônico *Call Center* inf (FERREIRA, 2022). Esse é o caso da empresa que compõem esse estudo. Os *call centers* se constitui um segmento de ocupação para as mulheres, conforme apontou esses dados. E essa realidade empírica de predominância das mulheres na empresa de *call center*. Segundo Nogueira (2006 apud CAVAIGNAC, 2011, p. 54), “a acentuada participação feminina no mundo do trabalho [...] significa um avanço real para as mulheres, mas esta participação tem sido marcada pela precariedade, principalmente quando se trata de remuneração.”.

Como já foi salientado, este estudo se utiliza de pesquisa empírica para analisar a realidade concreta de uma empresa que presta serviços terceirizados para uma rede de setores econômicos no país de telefonia móvel e fixa, a bancos, indústria. Nesse aspecto, no tópico seguinte, iremos apresentar alguns aspectos para preservar a identidade da empresa que compõem esse estudo, dos quais destacamos a negativa da empresa ao estudo realizado nesta pesquisa.

3.2 *ABrasil Call Center*: um negócio global

Como já explicitado na introdução desse trabalho, a empresa estudada não terá seu nome original divulgado neste trabalho, sendo chamada de *ABrasil call center*, intitulação fictícia. Essa escolha não tem um aspecto de estilo, mas ocorre por duas razões importantes e que as esclarecerei a seguir.

A primeira razão é que essa não é uma empresa única no mundo do trabalho. Por mais que existam singularidades, a *ABrasil call center* está relacionada a uma série de organizações que exercem suas relações de trabalho de um modo similar no cenário de deformações do trabalho. Essas empresas são conhecidas por reiterar e ampliar os modos de trabalho ajustadamente presentes no chamado capitalismo vigente. Assim sendo, é uma escolha com o propósito de demonstrar que situações análogas às observadas na *ABrasil call center* poder ser detectadas em outras empresas do mesmo setor de *call center*.

A segunda razão está exatamente ligada as questões de princípios morais. Pois no decorrer da investigação, solicitamos à empresa autorização formal para realizar meus estudos dentro dos seus domínios ou para mencionar seu nome nos textos por mim produzidos. Objetive como resposta, a recusa da empresa, como foi transcrito a seguir:

Agradecemos o seu contato.

Conforme reportado por nossa equipe de RH, neste momento, temos uma parceria com outra universidade na realização de um trabalho de pesquisa longo e, infelizmente, seria inviável a realização de outro trabalho em paralelo. Estamos à disposição, sempre que precisar, através do Fale Conosco no nosso site. (Gestão de Segurança da Informação e Privacidade, 27 de junho de 2022)

A empresa não evidenciou interesse pela investigação, com a justificativa de que já estava desenvolvendo estudo sobre o tema. Não nos foi mencionado a natureza da investigação, porém, esperamos sua publicação e, dentro do possível, podermos acessá-lo caso tenha relação com o tema que estamos trabalhando. Diante da recusa, podemos presumir, dentre outros aspectos, é que a empresa tenha como finalidade ocultar as práticas em seus mecanismos de controle, tanto em relação a presença física do supervisor, quanto pelo controle que as novas tecnologias informacionais exercem sobre os jovens trabalhadores, *operadores de telemarketing*, ancorado na alta produtividade.

A *ABrasil*²⁸ *call center*, é de origem italiana e é o terceiro grupo privado italiano em número de empregados no mundo, com 70 unidades. A empresa está entre as maiores no Brasil do segmento de prestação de serviços de teleatendimento, tanto em posto de trabalhos, quanto em investimento (ISTOÉ, 2022; ISTOÉDINHEIRO, 07/03/2022).

É a segunda maior empresa de Customer Experience, em uma tradução livre, experiência ao cliente e uma das principais companhias em gestão do relacionamento com clientes (CRM) e Business Process Outsourcing (BPO). Ou seja, terceirização de processos de negócios do País. Embora esteja situada em Teresina, a empresa possui operações descentralizadas em vários estados do Brasil, mas o foco da pesquisa de campo foi na filial da região Nordeste.

A empresa de *call center*, desde 2006, tem ampliado sua participação no setor, saindo de oitocentos empregados para trinta e sete mil empregados, em janeiro de 2020. Atende as mais variadas empresas nacionais e multinacionais, líderes em setores como telecomunicações, financeiro, automobilístico, aéreo, varejista e de serviços de utilidade pública, oferecendo uma série de serviços como atendimento, vendas, cobrança, *back office* e marketing comercial. Segundo dados da própria empresa, a *ABrasil call center* possui quinze sites e escritórios em onze cidades brasileiras: Aracaju (SE), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Guarulhos (SP), Itu (SP), Juiz de Fora (MG), Jundiaí (SP), Limeira (SP), Maceió (AL), São Paulo (sede e central

²⁸ Novamente destacando, nome fictício da empresa criado para garantir o anonimato

na capital) e Teresina (PI). A companhia pertence ao Grupo *ABrasil Call Center*, líder italiano em tecnologia da informação e comunicação, com um total de sessenta e seis sedes distribuídas em oito países: Itália, Bélgica, Brasil, China, Colômbia, Estados Unidos, Romênia, Tunísia e Arábia Saudita.

3.2.1 *ABrasil Call Center*: empresa flexível e a perspectiva dos trabalhadores

Nesse tópico iremos apresentar as características de alguns serviços prestados pela empresa pesquisada a fim de entendermos o seu alcance dentro da atual lógica do funcionamento do mercado, sobretudo no contexto de capital mundializado e sobre as dinâmicas que as multinacionais desenvolvem para se expandirem por todo o globo.

A *ABrasil call center*, denominação dada como fictícia, é um grupo italiano fundado há mais de trinta anos. Na Itália, é considerado líder em solução em Tecnologias de Informação. Possui unidades em vários países, como África do Sul, Bélgica, Brasil, China, Colômbia, Estados Unidos e Tunísia. Uma expansão característica do capitalismo concorrencial que cria a necessidade capitalista de ampliação com direção monopolista, o que lhes assegura lucros grandiosos, sobretudo advindos de rendas tecnológicas, com níveis de alcance planetário, como a empresa multinacional que compõem esse estudo. Sem contar o caráter descentralizador da força de trabalho, uma vez que nas diversas localidades presta serviços para indústrias, geralmente distantes do ponto de serviço.

Ao todo, somam setenta e três em todo o globo e mais de quarenta e cinco mil empregados em diferentes posições. O mesmo grupo trabalha de forma diversificada, estabelecendo a organização com alguns setores, como, por exemplo, um segmento de desenvolvimento tecnológico que terceiriza serviços que variam de “processos de negócios” a soluções na área de Tecnologias de Informação para aquelas companhias que a contratam. O objetivo dessa área, segundo a organização, é o de “propor ao mercado ideias e soluções inovadoras, de fácil utilização, unindo visão de negócios e competência tecnológica”. O desenvolvimento desse segmento dentro do grupo rendeu, em 2021, o equivalente a 974 milhões de euros. No Brasil, em 2022, a companhia possui crescimento expressivo, receitas de aproximadamente 1,5 bilhões de reais.

A composição macroestrutural é apresentada em *site*, no ano de 2022, por treze posições de chefia, sendo apenas quatro delas ocupadas por brasileiros, quanto os restantes são

de responsabilidades de italianos, a saber: presidente; responsável pela Proteção de Dados Perimetro Europa; CEO-Chief Executive Officer; Diretora Executiva Comercial e Marketing (brasileira); CFO; CIO; Diretor de Recursos Humanos (brasileiro); Diretor Executivo de Operações; Diretor Executivo de Operações; Diretor Executivo de Planejamento, Controle e Qualidade; Diretor de Suprimentos; Diretor Executivo de Operações; Diretora de Relacionamento com Clientes (brasileiro); e, por fim, Diretor de Transformação Digital (brasileiro). Pela composição dos cargos, é presumível que, os brasileiros, ocupam os cargos que necessitam de um conhecimento específico das demandas do país, como a atuação comercial e as questões relacionais. As atividades de comando e controle ficam a cargo dos presidentes: executivo e do Conselho, ambos italianos.

No ano de 2019, a empresa em questão implementa “Scientific Supervisor”, isto é, uma ferramenta que permite o monitoramento do desempenho dos seus *operadores de telemarketing* pelos supervisores da operação²⁹, de forma automatizada e em tempo real. Denominado de supervisor científico, ou seja, uma ferramenta que contém inteligência artificial, com uma série de conceito estatístico, além de centralizar as informações da operação, monitorando os indicadores qualitativos e quantitativos de uma equipe de um supervisor, geralmente composta por trinta e dois *operadores de telemarketing*, numa única plataforma e controla as ações dos operadores numa determinada ligação, permitindo assim ao gestor ouvir e conversar com o colaborador, por meio de chat, durante o atendimento. Fica claro, uma ideia pautada basicamente na eficiência e sobretudo no controle. Trata-se de um sistema apurado e bastante eficaz para o capital, cuja cartilha tem como uma das principais prioridades o aproveitamento máximo de tudo o que possa ser convertido em lucro.

O que mais nos chamou a atenção, foi a contradição apresentada na empresa flexível e a perspectiva dos trabalhadores, fato é, que no ano de 2021, a empresa foi certificada entre as melhores empresas para se trabalhar, a companhia recebeu a certificação da consultoria global GPTW³⁰, que se baseia na avaliação dos empregados. Segundo a empresa, a dedicação diária de seus empregados levou a companhia a ser reconhecida pela global Great Place to Work

²⁹ Operação – consiste em um ambiente a qual são inseridos os procedimentos de *Telemarketing* em suas diferentes funções, desempenhadas pelos atendentes de relacionamento com o cliente também chamados *operadores de Telemarketing* e outros cargos, como monitores, auditores.

³⁰ Endereço eletrônico: <https://gptw.com.br/>

(GPTW), certificando, assim, sua posição como excelente empresa para se trabalhar. O que é observado mesmo em um contexto de crise da covid 19. Este é um exemplo concreto da apropriação do capitalismo e sua contradição ideológica, por ela produzido, pelo capital.

Vemos, assim, constituída em modelos como os citados, ao uso de tecnologias para otimização do trabalho: um resgate de característica taylorista para o setor de *call center*. Também é possível ver no *site* corporativo da empresa, que a mesma dispõe de uma diversidade de profissionais da área de engenharia, matemática, física, informática e, o que impressiona, humanistas.

A *ABrasil call center*, no Brasil, instalou sua primeira unidade no ano de 2006, no município de Belo Horizonte e logo foi se expandindo para Brasília, São Paulo, Guarulhos, Juiz de Fora, Teresina, Aracaju e Maceió. O trabalho majoritário desta empresa no Brasil é a de terceirizar os serviços para diversas empresas que variam entre as áreas financeira e de telecomunicações. Os seus principais clientes se compõem em: Vivo; Tim; Nextel; Claro; Sky; Oi; Caixa Seguradora; First Data; Serasa; Estácio Liquigás; Light; Sanofi; Grupo Avenida; Credsystem; BTG+; Pernambucanas; Cielo e a C&A. No geral, o número de empregados no país, chega a trinta e dois mil em diferentes regiões.

A empresa, há mais de trinta anos no mercado mundial, sendo destes anos, dezesseis instalada no Brasil, esta empresa traz uma característica do serviço brasileiro de *call center*: a dinâmica oligopolista. No ranking geral do mercado de *telemarketing* no Brasil, apresentados no ano de 2019, esta empresa apresentou, em número de empregados, trinta e dois mil trabalhadores, posicionando-a em segundo lugar como maior contratante de capital fechado, é o que aponta um levantamento feito pelo Ministério da Economia a partir de números do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged). No ranking geral de empresas de *call center*, a empresa em questão está entre as dez na categoria de contratantes. Já no quesito faturamento, com dados relativos a 2019, a empresa consolida sua posição como a segunda maior do setor de *call center*, tendo acumulado 1,5 bilhão de reais, este resultado representam um aumento de (4,8%) em relação ao ano de 2018. Observe, no geral, esta empresa é uma das que mais faturam, sendo uma das principais empresas do segmento de *call center*, gestão de relacionamento com clientes do país.

3.3 A empresa em Teresina – Piauí

Como não foi possível nosso acesso à empresa, valemo-nos de informações cedidas pelo supervisor que conseguimos conversar, consequentemente aplicando questionário e de algumas poucas informações disponibilizadas no endereço eletrônico, *site* da empresa, para que possamos complementar o estudo. A partir daqui, abordaremos as características como os termos técnicos utilizados, sua estrutura organizacional, dados referentes às exigências desta sobre o trabalho e o trabalhador, assim como suas atribuições no dia a dia laboral. Essa abordagem, para nós, é relevante, a partir da ótica do trabalhador, traz um cenário significativo ao nosso estudo, sendo os relatos dos seus trabalhadores sobre a empresa, pois, ao mesmo tempo, temos conhecimento de como é a estrutura física e organização da empresa em Teresina.

Na capital do Piauí, a negociação junto ao governo municipal, se deu ainda no mandato do prefeito Firmino Filho, (PSDB), no ano de 2013, quando se deu a criação da lei municipal referente a política de benefícios e incentivos fiscais as empresas, que tornou o mercado da capital lucrativo para operação desse setor de *call center*, isto é, um ano depois a criação desses incentivos, em janeiro de 2014 a empresa finalizava a instalação da primeira central de desse setor, no decorrer do mesmo ano, foram ofertados mais de dois mil e quinhentos postos de trabalhos. No ano seguinte, em 2015, a empresa já estava em plena expansão, rapidamente, foi aberta uma nova filial da empresa, a qual contou com a admissão de mais de cinco mil posto de trabalhos, sendo localizada no bairro Dirceu I, zona Sudeste, um dos maiores bairros periféricos da capital.

As duas unidades ou sites da empresa instalada na cidade ocupa uma área que somam quatorze mil metros quadrados de área total. Sobre isso, numa visita pelo *site* da empresa que fizemos, observamos que todas as instalações apresentadas no *site*³¹ da empresa demonstram sua grandeza. Das cidades nordestinas, Teresina é uma das maiores com ocupação em metros quadrados.

O início de suas operacionalidades foi precedido pelo apoio midiático, em manchetes e em portais eletrônicos que mencionavam a abundância de oferta de empregos pela empresa: “Empresa de telemarketing vai gerar mais de cinco mil empregos em Teresina”

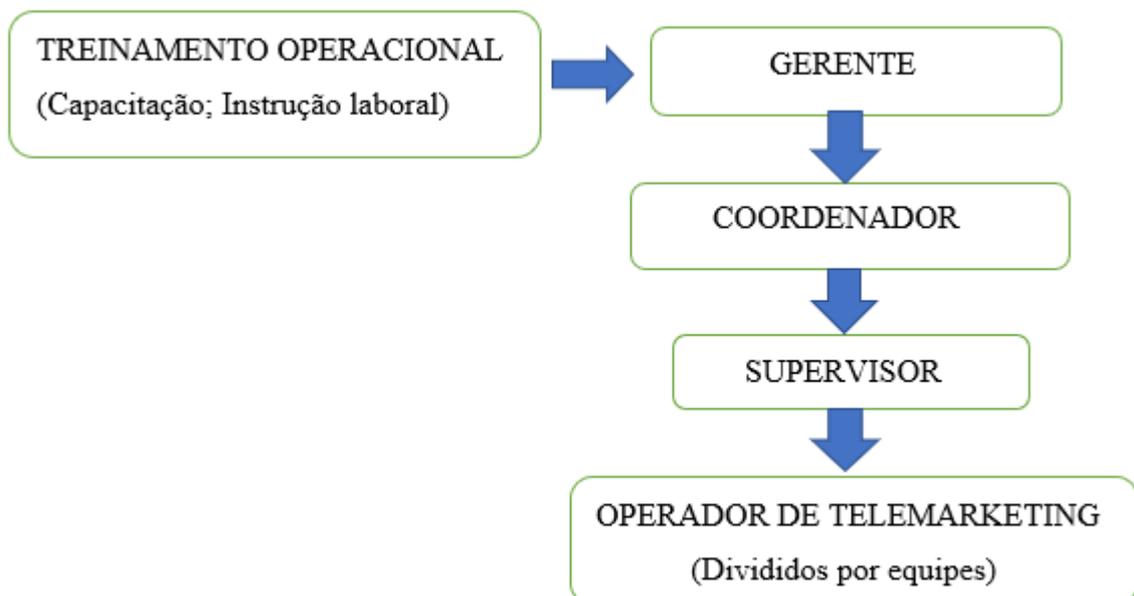
³¹ <https://portaldocolaborador.almavivadobrasil.com.br/>

(CIDADEVERDE.COM, 18/08/2015). Dos 8. 617 empregos acumulado de janeiro a dezembro do ano de 2014, o setor de *call center* foi responsável por 5.291 posto de trabalho segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados, CAGED (2014). Desde a implementação da primeira unidade em abril de 2014 até agosto de 2015, foram ofertados mais de 5.450 empregos diretos nas duas unidades, sobretudo aos jovens que buscam o primeiro emprego formal.

Por norma, a admissão dessa oferta de emprego por parte da empregadora, se dá por preencher alguns requisitos básicos para seleção e testes como: informática – saber para que servem algumas teclas e como executar algumas simples ações; matemática básica – subtração e divisão; português – com separação de sílaba, acentuação gráfica; ter ensino médio completo, ser maior de 18 anos; morar em Teresina.

Antes de citar os relatos dos trabalhadores, é importante situar cada unidade. Não existe um nome específico para cada uma delas, apenas unidade e o bairro correspondente onde está instalada. No entanto, nós atribuímos, ao seu modo, o nome fictício do espaço. Para termos uma ideia de como funciona a unidade da empresa estuda, contamos com a descrição do supervisor, durante nossas conversas. E para melhor expressar, construímos um organograma simples que demonstra a ordem das hierarquias: na Figura 1, estão relacionados os cargos comuns em todas as duas unidades da empresa em Teresina:

Figura 1 – Organograma operacional básico das unidades em Teresina, 2022



Fonte: Elaboração nossa. Teresina, 2022.

O setor de treinamento operacional é onde se encontra os grupos de pessoas preparados para treinar grupos de *operadores de telemarketing* recém-admitidos e quando estes apresentam falhas na operacionalização dos serviços prestados, uma vez constatada essa anormalidade, os responsáveis pelo setor fazem treinamentos em caráter de reciclagem com esses trabalhadores de *telemarketing*. No mesmo grupo está o setor de capacitação e instrução laboral, no entanto, ambas as funções são importantes para enfatizar a lógica da acumulação flexível, no momento histórico em que a organização laboral corre para vias de reduzir o gasto com força de trabalho: a empresa enxuta, sobretudo no quesito salarial, reduzindo trabalhadores de funções mais qualificadas que pagam menores salários.

Neste sentido, com base na literatura acerca da reestruturação produtiva do capital e pela descrição de um dos interlocutores, trabalhador de um setor cuja hierarquia é superior à operação do *call center*, vemos que nesta empresa o trabalhador que foi “enxugado” se encontra na camada mais qualificada do trabalho, no setor de capacitação. À medida que a exigência de qualificação decai, o número de trabalhadores aumenta.

A partir dos questionamentos aos sujeitos participantes pode se perceber essa lógica hierárquica, pautada sobretudo na qualidade do controle repassadas aos *operadores de telemarketing*, no relacionamento com os clientes. Em suma, a massa de trabalhadores que enche as fileiras dessas operações são os que ocupam cargos de trabalho com pouco valor agregado: os *operadores de telemarketing* e, em certa medida, os supervisores.

Para lograrem a permanência duradoura na função de *operador de telemarketing*, eles devem cumprir o sistema de metas da empresa, um aparato que tem como propósito, atingir as metas definidas pela empresa, que estão ancoradas no tópico seguinte.

3.3.1 Sistema de metas: *ABrasil Call Center*

- Rechamada - Quantitativo de chamadas do mesmo cliente para mesma solicitação no prazo de 24 h. A empresa determina em 15%, isto é, outro procedimento que o operador de telemarketing tem de evitar. O operador tem de resolver o problema do cliente na primeira ligação, a fim de evitar uma segunda chamada. A rechamada é assim caracterizada se o cliente retornar no mesmo dia da primeira ligação.

- TMA - Tempo médio de Atendimento. O operador tem em média 12 minutos para solucionar o problema do cliente/usuário, ou seja, estipular quanto tempo cada trabalhador tem de manter sua ligação.

- Absenteísmo - a meta é de 5%, ou seja, corresponde ao indicador que mostra o percentual de não comparecimento e não cumprimento de escala, isto é, irregularidade nas pausas produtivas.

- Cumprimento do tempo de pausa, isto é, 10 minutos, 20 minutos, 10 minutos distribuídos comprimento da jornada diária de trabalho.

- Pausa particular - Além das pausas estipuladas NR17, o operador tem direito às pausas excepcionais (pausa saúde - quando sente algum desconforto, pausa particular para resolver alguma questão ou ir ao banheiro, pausa Feedback - solicitada pela gestão, ou pausa treinamento- solicitada pela gestão). A pausa particular não tem uma meta estipulada em quantas seja e nem tão pouco o tempo de duração da mesma, a supervisão tem apenas que manter um controle.

- Chamadas “derrubadas” pelo operador - Não é permitido, mesmo se operador passa por constrangimento vindo do cliente durante chamada, ou seja, o operador é proibido de fazer, sob pena de advertência: pular ligação do cliente que já ligou no mesmo dia, o que está diretamente ligado à próxima meta.

- Transferência - Conforme a regulamentação do atendimento em *call center*, assinado pelo então presidente Jair Bolsonaro em abril de 2022, a transferência ao setor competente para atendimento definitivo conforme a demanda, quando o primeiro operador não tiver essa função, ou seja, o operador fica restrito ao sistema ter de resolver a demanda do cliente na primeira ligação.

- Efetividade - é quando o *operador de telemarketing* cumpre todas as metas acima.

Conforme explicitado no sistema de metas da empresa *ABrasil*, um ponto a ser observado é que esse sistema está relacionado ao controle laboral exercido pela empresa, por exemplo, pausa particular, práticas de controle podem se assemelhar mais ao controle taylorista-fordista. O controle das pausas de intervalo na empresa é regulado, e não é ajustado às necessidades fisiológicas dos *operadores de telemarketing*. Explicitando uma mecanização gerencial, que deve se adaptar para o horário e a duração das pausas, sem nenhum aspecto subjetivo influenciando este mecanismo. Esse sistema de metas reforça a necessidade de se

repensar como o trabalho em *call centers* é controlado, sendo o discurso dominante de geração de emprego, empresa flexível, sobre o processo de trabalho uma realidade empírica que não se aplica aos trabalhadores deste setor de *call center*.

Quando as metas são alcançadas, o trabalhador operador atinge o nível de “efetividade” que lhe confere a capacidade de se encaixar dentro do cumprimento do sistema das metas. Mesmo não sendo financeiramente recompensado por isso, ao operador de telemarketing é atribuída uma premiação simbólica perante os seus pares; sob tal mecanismo, acirra-se a competição os mesmos. As metas, no entanto, quando tentadas na realidade, contradizem-se, com a realidade do ambiente de trabalho, a exemplo, a chamada “derrubada” ligação. No trecho do diálogo com meu sujeito interlocutor, podemos constatar que essa contradição ao cumprimento do sistema de metas associada ao controle que a empresa exerce sobre os trabalhadores:

É monitorando todas as chamadas derrubadas porque não permitem que derrubamos as ligações, não podemos responder os clientes, nem de forma grosseira, porquê somos chamados atenção, ou ser advertidos, recebemos nomes feios e temos que ficar em ligação ouvindo e responder com educação, até o próprio cliente desligar o contato. (SUJEITO PARTICIPANTE 14. Dav, sexo masculino, 29 anos, Teresina, 04/08/2022).

Como podemos observar, o cumprimento das metas está relacionado à observância constante, ao medo de não as cumprir. Outra contradição é com o consentimento, muitas vezes dos supervisores, finalizar a ligação durante o atendimento quando o operador é constrangido durante ao atendimento ao cliente, o que explica o controle punitivo sobre a chamada, cumprimento de pausas, tempo médio de atendimento, assim como dos outros procedimentos durante a operação. Tudo no intuito de otimizar os custos do processo. O custo tem de ser a menor para o capitalista, assim “a utilização das tecnologias informacionais no sentido do enraizamento do controle sobre o trabalhador coletivo transforma-se em um imperativo tão mais vigoroso quanto necessário para diminuir os custos empresariais” (BRAGA, 2009, p. 93).

Inicialmente, existe um *script* mínimo que orienta como o operador deve perseguir: chamar o cliente pelo nome; ter o “sorriso na voz”; fornecer as informações mínimas definidas antes, que deve ser associado a uma margem de autonomia (adaptação ao cliente: idade, região, escolaridade, humor, interação). O diálogo com o cliente é a face humana do trabalho, mas o operador de telemarketing é “a empresa” para o cliente e não um sujeito.

Destaca-se que as metas da empresa estão relacionadas a cada segmento de atendimento do operador, não se afastando, porém, de seus padrões gerais. O quadro abaixo sintetiza as informações sobre a organização da empresa.

Quadro 1 – Característica dos serviços da empresa

Indicadores	<i>ABrasil Call Center</i>
Tipo de serviço prestado	Claro: Chat, Bees Bank - Teleatendimento Vendas Oi – Teleatendimento e Sac, Enel – Teleatendimento e Sac. Tim – Televendas, Enel X – Televendas. Uber – Teleatendimento e Sac.
Tempo de atuação	16 anos no Brasil, dos quais 9 anos no Piauí
Número de Empregados	Não soube informar
Posições de Atendimento	Não soube informar
Tipo de atendimento	Ativos: Bees Bank, Tim e EnelX é Televendas. Os demais são receptivos.
Segmento atendido	Telefonia, serviços bancários, Internet, Industria e varejo.
Recrutamento e critérios para seleção de candidato	Maior de 18 anos, Ensino médio Completo. Ter conhecimento em informática básica.

Fonte: Pesquisa Direta. Teresina, 2022

A partir do quadro que apresenta as características de serviços da empresa *ABrasil call center*, observamos uma “empresa neoliberal em rede com a dominância financeira” (BRAGA, 2012, p. 185), podemos evidenciar que os setores de serviços prestado pela empresa de *call centers*, que vão desde o atendimento ao cliente ao oferecimento de serviços, atendem não apenas às empresas de telecomunicações, mas a uma variedade de setores da economia, tais como comércio varejista, internet, indústria e bancos.

Passaremos então a desenhar o perfil sócio ocupacional destes *operadores de telemarketing*, o que nos trará subsídios para a discussão sobre como vem se constituindo esse trabalho em espaços de *call center* sobre a face da super exploração do trabalho em Teresina, com suas implicações e variáveis, como proposto introdutoriamente nesta pesquisa.

No tópico seguinte veremos como a flexibilização é posta com agilidade e eficácia, com a introdução das empresas de *call center* no estado do Piauí, seguindo uma lógica de empresas neoliberais em rede com predominância financeira.

3.3.2 A instalação de *Call Center* no Piauí

A instalação de *call center* no Piauí, ocorreu em contexto de flexibilização de tudo, no Piauí, a primeira empresa de grande porte no setor de *call centers* e que se instalou em Teresina, foi a Vikstar contact center, em julho do ano de 2013, no bairro Distrito Industrial. Atendia, principalmente, clientes da empresa Telefônica Brasil VIVO e, em seguida, da empresa telefônica TIM. A proposta era de admitir de cerca de quatro mil trabalhadores. No ano seguinte, em abril de 2014, são inauguradas duas unidades da ABrasil; uma no bairro São Pedro e outra no bairro Itararé.

Segundo um estudo realizado pela empresa americana de pesquisa em tecnologia (ISG) que fora produzido e distribuído no Brasil pela TGT Consult³² (2021), a ABrasil é considerada uma das principais empresas do segmento de *call centers* que atende como cliente a empresa Telefônica NEXTEL Telecomunicações e Telefônica TIM. Segundo informações do site da empresa, a ABrasil gerou mais de cinco mil empregos, ou seja, o discurso era de triunfalismo, da geração de renda, alavancar a economia local (SINTEL/PI,2014).

Nesse cenário que se vislumbrava o triunfalismo na geração de emprego e renda, o que se constatou-se é de fato ilusória. O que se prometia fazer e o de fato terminou acontecendo, contrastado, a enormes diferenças. O que de fato vivenciamos é um aprofundamento da incerteza, uma maior insegurança entre os trabalhadores, especialmente os jovens, o aprisionamento da população sobrando e empobrecida.

A expansão dos *call centers*, principalmente no município de Teresina, contou com um forte suporte do poder público (estado e município), com destaque para incentivos e isenções fiscais, por meio da criação da Lei ordinária nº 4.410/2013, que em seu artigo 2º, inciso 3º e 4º, dispõe sobre os benefícios e prazos, como agente incentivador para essas empresas se instalarem nessa região, transparecia sua propensão social do segmento *call centers* com o discurso de geração de emprego. Segundo o até então Fábio Nery, secretário municipal do desenvolvimento econômico e turismo na gestão do então prefeito Firmino Filho:

[...] desde 2013 foram criadas Leis de Incentivo, alterações de leis já existentes, convênios com instituições públicas e privadas, acordos de

³² Uma empresa de consultoria de gestão e tecnologia do mercado.

A ver endereço do site: <https://www.tgt.com.br/>

cooperação com órgãos federais e parcerias com outras secretarias e organizações. Assim, além dos empregos gerados no setor de Call Center, vários cursos de qualificação para outras áreas são ofertados pela Prefeitura e 16 mil pessoas já foram beneficiadas. Desse total, mais de 1.800 delas participaram de cursos na área do turismo e afins permitindo a possibilidade de trabalho em setores com necessidade de mão de obra qualificada (SEMDEC.PMT; NERY, 31/03/2016).

O discurso governamental propagado, a serviço de uma lógica capitalista, era o de exaltação de uma política que estava no “caminho certo, ou seja, enfatizando a criação de emprego e a geração de renda, especialmente enaltecendo a geração de oportunidades de primeiro emprego para muitos jovens, tendo em vista os “atrativos” de uma carga horária reduzida, a não exigência de experiência prévia e a garantia de vínculo formal e pagamento do salário mínimo, nas palavras do até então secretário Fábio Nery:

Em 2013, começamos a projetar essa atração de empresas e gerar emprego para a nossa juventude. É o programa mais bem sucedido da história do Piauí. No meio de toda essa crise, Teresina está conseguindo se sobressair. Nos últimos cinco meses, nossa cidade foi a capital que mais gerou empregos. Uma cidade é construída pelo sonho e suor de cada um de seus habitantes, por isso a importância de celebrarmos com alegria os 163 anos de Teresina, cidade que ajudamos a construir diariamente. De nossa parte podemos afirmar o compromisso de sempre trabalhar para o progresso de Teresina, por isso estamos felizes comemorando a instalação dessa empresa, que certamente vai cumprir seu papel no desenvolvimento econômico e na geração de emprego e renda para o povo de Teresina (REVISTA DO CALL CENTER, 11/08/2015).

A expansão do *call centers* se dá de forma continuada, o Grupo Algar, do estado de Minas Gerais, que atua também no ramo de *telemarketing*, instalou sua primeira unidade em Teresina ainda no primeiro semestre de 2022. Com a instalação da empresa, a expectativa é que sejam gerados mais de mil empregos, o que deve causar impacto positivo na economia local. Segundo o prefeito Dr. Pessoa: “Nós, que fazemos a administração pública, não queremos criar obstáculos ou dificuldades, pelo contrário, nossos esforços são para desburocratizar. Estamos de braços abertos não só para este, mas para qualquer outro grupo que queira se instalar em nossa cidade”, (SEMDEC PMT; PESSOA, 26/11/2021)

Na frente expansionista, segundo o portal de notícias Piauí Negócios, a empresa Equatorial Energia inaugurou a expansão do seu *call center* de Teresina, agora são 1 mil empregos na central de atendimento da distribuidora de energia do Piauí. A primeira etapa do *call center* ficou inaugurada em fevereiro de 2021, com 130 posições de atendimento. A segunda foi em dezembro, com a criação de 255 empregos. Agora, a última etapa criou mais 568 vagas, totalizando 950 trabalhadores. (PINEGOCIOS, 21/09/2022). Segundo a até então governadora Regina Sousa (2022), "Geração de emprego e renda são um dos nossos principais

objetivos, então, uma empresa que cria essa quantidade de empregos formais, isso traz uma segurança para jovens que estão buscando sua primeira oportunidade, além de movimentar nossa economia", (GOVERNO DO PIAUÍ, 21/09/2022)

Nota-se, a partir das falas públicas do gestor, esse fato revela laços entre a gestão do município de Teresina ao capital transnacional, ao discurso de criação de empregos, por conseguinte a relação com doação de recursos públicos via incentivos, a exemplo a criação de Lei ordinárias, bem como, Lei complementar nº 5.093/2017 (Política de benefícios e incentivos fiscais do Município de Teresina às empresas de *call center* e *telemarketing*), que legitima tais incentivos.

Para Santos (1996), os lugares se diferenciam pela distinta capacidade de ofertar rentabilidade aos investimentos, “[...] essa rentabilidade está associada à ordem técnica (equipamentos, infraestrutura, acessibilidade) e organizacional (leis locais, impostos, relações trabalhistas)” (p.197). É dessa maneira que as empresas são guiadas pela ordem da concorrência, os próprios lugares competem por novos capitais e pela manutenção dos já atingidos (SMITH, 1988). Ou seja, de assegurar o uso corporativo do território.

O discurso e a práxis dos Estados manifestam a finalidade de expandir a produtividade espacial e de acomodar funções específicas, realizadas por deliberados agentes, isto é, de certificar a utilização organizacional do território. Nesse sentido, conforme recorrente nos ciclos de reapropriação de bens desvalorizados em determinadas áreas, onde o capital essencial global se aproveita das vantagens e reinicia sua destruição, as empresas, em específico as de *call center*, que propiciaram o súbito crescimento econômico ao Nordeste brasileiro, em específico, a Teresina rende uma modesta contrapartida à sua população.

A relevância social deste segmento está embasada na absorção de força de trabalho, principalmente os jovens, aparentemente com qualificação mais baixa, para o exercício da função de *operador de telemarketing*. Contudo, vários trabalhadores são obrigados(as), a tomar esse lugar, para experimentar a condição do primeiro emprego. Com aguçamento das desigualdades sociais, e elevado número do desemprego, incorporam os jovens que estão em processo de conclusão do ensino superior, ou já terminaram o ensino superior.

Outro elemento de relevância desse processo é o emprego do telefone como meio de comunicação, oferecendo uma abrangência maior do que outras espécies de atendimento, com gasto menor e em horários mais diversificados do que o atendimento usual, estruturado numa jornada de trabalho definida. Salienta-se, do mesmo modo, a função do atendimento gratuito

0800 regimentado pelo governo federal e que propiciava canal de comunicação do público com os serviços básicos dessas empresas.

Outro aspecto social aparentemente a esse segmento é a quantidade de empregos gerados este ramo de atividade, conforme sinaliza pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), divulgada no ano de 2016. O estudo aponta que os empregos criados para operador de telemarketing chegaram a 27,5 mil novos empregos entre julho de 2014 e dezembro de 2015, Teresina representa (45,9%) da soma desse total. Mais adiante trataremos, buscamos tecer breves discussões acerca da dimensão juvenil no trabalho em um contexto do segmento de trabalho que esse estudo se propões, a partir das referências bibliográfica de juventudes.

CAPÍTULO 4 – A DIMENSÃO JUVENIL DO/NO TRABALHO NO *CALL CENTER* EM TERESINA

Neste capítulo, abordaremos sobre os trabalhadores jovens *operadores de telemarketing* de *call centers* em Teresina, dos jovens participantes, elaboradas a partir de seus relatos sobre, seus contextos, subsidiando a compreensão dos motivos para sua admissão no mundo do trabalho e as dificuldades pelos mesmos enfrentadas no caminho para conseguir emprego, o que reflete as idas e vindas, as tentativas fracassadas, as expectativas, as angústias e a entrada no mercado por meio de uma vaga de trabalho que se apresentaria como uma condição de não temporário.

A degradação material provocada pela falta de ocupação representa motivo de inquietação para a maioria dos jovens que, dessa forma, aderem à possibilidade de “ganhar dinheiro” em qualquer trabalho (PAIS, 2003). A depender da condição social e da possibilidade de prolongar o acúmulo de capital humano, alguns deles, trabalham e estudam, outros apenas trabalham.

Ressaltaremos os resultados desta pesquisa a partir dos questionamentos realizadas com os sujeitos participantes desse estudo, percorrendo uma exposição dialética em que pretendemos alcançar a discussão mais geral do fenômeno para chegar à especificidade desta pesquisa. Nisto, é importante, trazer conceitos que contribuem para a compreensão do fenômeno estudado em uma complementaridade entre os capítulos.

No primeiro momento, faz-se necessário discutir o conceito de juventude como categoria social e histórica (CARRANO, 2000; GROPPPO, 2017), em sua ambivalência como fase da vida que representa um conjunto de prerrogativas comuns ao segmento juvenil; por outro lado, deve ser reconhecida e compreendida a multiplicidade das experiências juvenis (PAIS, 2003). Destacaremos a condição de vulnerabilidade dos jovens no mercado de trabalho (BORGES, 2010; CARDOSO, 2013), o que mostra a real incapacidade de absorver qualitativamente a força de trabalho juvenil, que quando não se depara com o problema do desemprego é empurrada a ocupações terceirizadas e desqualificadas (BRIDI; BRAGA; SANTANA, 2018).

Analisada essa condição do mundo do trabalho, traremos os caminhos percorridos pelos sujeitos desse estudo – os jovens *operadores de telemarketing* – alguns na condição de primeiro emprego, as suas motivações, as trajetórias construídas e a constante busca por uma

melhor condição social. O trabalho é presente em suas vidas, seja como escolha ou como uma “obrigação”. No cenário brasileiro, mesmo com relevantes conquistas do ponto de vista legal nos últimos anos³³, as juventudes se constituem enquanto um dos segmentos da população mais atingidos por inúmeras expressões da questão social.

4.1 Juventude: uma categoria social e histórica

Analisar a juventude é reconhecer sua singularidade diante das outras etapas da vida e considerar que não há uma definição una e homogênea sobre a categoria. Por isso é essencial nesta pesquisa – que se propôs a estudar sujeitos jovens concretos – discutir o conceito enquanto construção social e histórica, indicando-a de um lado como uma etapa da vida, e de outro reconhecendo as experiências dos jovens situadas no tempo e espaço. No presente caso, jovens que tiveram no *call center* seu primeiro emprego, não constituindo-se como emprego temporário.

Ao refletir acerca da juventude na compreensão sociologia, Groppo (2017) assinala que a deve ser concebida como categoria social por fazer parte da estrutura social, por formar um grupo ou uma coletividade de sujeitos que se assemelham pela condição social intermediário. Dito de outra maneira, a juventude é uma realidade concreta, mas também categoria social, por ser uma representação simbólica permeada por valores ideológicos, que por vezes são utilizados para demarcação de territórios, realçando privilégios para certos grupos, já que são representações criadas por uma coletividade e associadas à condição juvenil.

Ainda segundo Groppo (2017), a discussão sociológica de juventude permeou pelo trânsito do seu reconhecimento vulgar como uma categoria de caráter natural, universal e evidente, sobretudo com a concepção tradicional de juventude mais característica do estrutural-funcionalismo, marcadamente da primeira metade do século XX, que apregoava a homogeneidade da categoria. Essa descrição naturalizada que a ressalta como etapa de mudança da idade adulta e relacionada à mudança dos indivíduos, sem analisar o momento vivenciado

³³ Aponto a Lei nº 11.129, de 30 de junho de 2005 que institui o Programa Nacional de Inclusão de Jovens (ProJovem); cria o Conselho Nacional da Juventude (CNJ) e a Secretaria Nacional de Juventude; e a Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013 que institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE.

pelos jovens de diferentes cenários, proporcionou discussões que contraditaram o valor sociológico da juventude.

Pierre Bourdieu (1983), em seu texto “A juventude é apenas uma palavra” é um exemplo disso. Groppo (2017), sinaliza que, para Bourdieu (1983), certos indivíduos “jovens” seriam incapazes de exercer algumas atribuições sociais designadas à citada “juventude”. A concepção de juventude serviria, de certa forma, para subtrair a evidente desigualdade entre os jovens de classe média e das classes do labor. A crítica de Bourdieu (1983) feita sobre o conceito por considerá-las ilegítima, já que as mesmas mantinham o poder de determinados camadas da sociedade, e a juventude era citada como um grupo homogêneo. Desse modo, Bourdieu (1983) causou profunda polêmica entre os teóricos do tema por afirmar que a juventude não passaria de uma palavra, não a levando em consideração como uma categoria existente.

No entanto, essa polêmica foi relevante porque conduziu avanços para a sociologia da juventude na concepção de assumir tanto “a unidade como a diversidade da categoria” (PAIS, 2003). Vários teóricos passaram a questionar o entendimento tradicional, essa mesma que durante muito tempo teve grande importância sobre os estudos do tema, e a compreender uma ideia dialética.

Nessa compreensão, Groppo (2017) sinaliza que a juventude é também uma categoria histórica, observando o processo de mudanças sociais em determinadas sociedades em que a juventude pode ou não ser reconhecida, além de ser aplicada de modos distintos dependendo da sociedade em que vive ou ainda conforme segmento específico ou classe social.

É constituído o pensamento sociológico entendendo a juventude como uma categoria da era moderna. A ruptura dos jovens com a dimensão adulta ocorre no surgimento da família burguesa e por conseguinte a disseminação da escola que surge no decorrer dos séculos XIX e XX, separando do trabalho e permitindo-lhe um período de “moratória³⁴ social”. Anteriormente, ocorria “uma intensa troca entre cultura juvenil e a dos adultos, possível pelo fato de que também o comportamento adulto era bem menos disciplinado” (SCHINDLER, 1996, p. 266). Ou seja, não ocorria uma delimitação clara entre as etapas da vida.

³⁴ O quando falamos de moratória tem o significado de “uma economia de vida baseada em uma renúncia temporária na esperança de uma carreira futura e de melhores oportunidades financeiras, ideia que encontra seu fundamento social num período de “formação” que dura muitos anos, em grande parte livre da necessidade de se manter e que hoje já se tornou demasiado habitual.” (SCHINDLER, 1996, p. 271).

Sobre o advento da juventude como categoria, Lima Filho (2015) sinaliza que:

A juventude, tal qual entendemos hoje, é um conceito moderno, surgido apenas há algum tempo. Antes da revolução industrial e da ascensão da sociedade capitalista, a criança era um adulto em miniatura, alguém sendo preparado para assumir a vida adulta em breve. A necessidade de qualificação laboral do capitalismo exigiu um tempo de maior preparação dos mais novos para assumir os postos de trabalho do futuro [...]. Isso exigiu um tempo de formação maior, o que criou um período de tempo nas biografias dedicadas a tal capacitação, nascendo a ideia de juventude. (p.1)

Observa-se assim que a juventude foi compreendida a princípio, deixando evidente que não linearmente, somente como momento de passagem à etapa da vida adulta, não sendo tanto pelo o que era, mas pelo que seria seguida de um processo de socialização secundária, não compreendendo os jovens como indivíduos de participação potencial (GROPPO, 2017).

Entretanto, a partir da conjuntura que a juventude se torna uma categoria social, os teóricos começam a analisar de diferentes concepções, contribuindo assim para desconstrução/construção sociológica da categoria (PAIS, 1990). Segundo Cardoso e Sampaio (1995), essas concepções refletem o desenvolvimento de diferentes escolas e correntes dentro das Ciências Sociais e transitam entre duas tendências principais de estudo: de um lado a ideia genérica de juventude e de outro a valorização das especificidades das experiências juvenis.

Porém, não pretendemos aqui referir esse estudo a uma ou outra corrente, antes apontaremos elementos pertinentes nas concepções sobre juventude para analisar os jovens que trabalham em *call centers* de Teresina, compreendendo-os como sujeitos de trajetórias próprias influenciadas por circunstâncias históricas e sociais específicas e que, por essa razão, apontam diferentes significados ao trabalho: pensam, sentem, agem, se angustiam de maneiras diferentes, mas também há regularidades em comum.

As muitas formas de pensar juventude convergem para a assertiva de que a categoria é irredutível a uma definição estável e concreta, por isso, convém afirmar, e essa talvez seja a única possível afirmação sobre esse grupo, que juventude é uma construção social e histórica como elencada acima. Assim, compreendemos que as discussões que se têm sobre a juventude são diferentes e podem até se complementar. As mesmas transitam entre a compreensão da categoria como uma etapa da vida e entre a compreensão de juventude para além de uma etapa, não descartando de todo esse elemento, mas considerando suas outras dimensões: histórica, social e cultural.

No entanto, essas muitas formas de pensar juventude e a profunda ambivalência presente nas análises levaram a tentativas de identificar os jovens por rigorosas delimitações,

como pela faixa etária. Carrano (2000, p. 1) sinaliza que a maneira mais simples de uma sociedade determinar o que é jovem é estabelecer critérios etários, “a identidade juvenil [...] não pode ser compreendida em determinada idade biológica, mas como um processo de contínua transformação, individual e coletiva, no jogo de experiências múltiplas”.

As próprias noções de infância, juventude e vida adulta são resultantes da história de como as sociedades as representam. Segundo Carrano (2000) compreende, no entanto, que o uso do critério etário é usado em trabalhos estatísticos e na atribuição de faixas etárias mínimas para o início da vida profissional, por isso a relevância de entender a juventude em suas diferentes concepções. Em nossa pesquisa, inicialmente, delimitamos os jovens utilizando o critério etário, tendo por base o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que aponta como jovens aqueles que possuem idade entre 15 e 29 anos.

Nossa escolha em dialogar com os jovens trabalhadores na faixa etária de 18 a 29 anos propõe situá-los no contexto do mundo do trabalho que usa critério de faixa etária para projetar e executar políticas de emprego, pesquisas sobre taxas de desemprego, além da definição por faixa etária para inserção nesse setor, que, como nos *call centers*, é a partir da faixa etária de dezoito anos. Com isso, não pretendemos reduzir a juventude a um único conceito, ao contrário, na investigação dos discursos dos jovens sujeitos participantes buscamos compreender as singularidades presentes, reconhecendo as diferenças em suas experiências, mas também indicando que os mesmos, em sua condição juvenil, partilham de valores e situações gerais.

Nos estudos sobre juventude, em sua análise, Lima Filho (2015) aponta quatro dimensões fundamentais, que percorre desde a compreensão etária, biológica e cronológica a percepção estética, não excluindo, mas utilizando a complementaridade na percepção atribuídos a categoria. A primeira é empregada por instituições que procuram conceituar a juventude em termos faixa etária, que em suma orientam as políticas públicas em sua elaboração e execução, e se apresenta também como a maneira que grande parte da sociedade a entende. Em segundo, junto a esta dimensão, está o aspecto biológico. A isso, Lima Filho (2015) aponta que:

O corpo humano é um organismo e, como tal, vivencia uma juventude orgânica, que dura certo período e, depois, é substituída por um processo de envelhecimento. Portanto, existe mesmo uma juventude física, na qual nossos corpos estão jovens e pretensamente saudáveis, com níveis de energia diferenciados. (p. 1).

Isso é resvalante para não negar a existência de uma condição juvenil como aspecto concreto, pois biologicamente de fato existe o envelhecimento do corpo. Por fim, está a compreensão cronológica de juventude, na qual são relacionados a símbolos ao processo

biológico da juventude. Lima Filho (2015) traz exemplo a uso de expressões como “quando eu era jovem, fazia isso ou aquilo”. Mais ligada a dimensão simbólica, está a juventude enquanto estilo de vida, momento identitário e fetiche.

No que foi posto de maneira sucinta, apontamos que nosso estudo percorre a trilha do caminho ambivalente da concepção entre a interpretação de juventude, assinalando as atribuições no caminho juvenil como período de aprendizados e escolhas, da escassez de experiências e de expectativas de futuro, bem como entendemos os jovens como indivíduos concretos, capazes de construir sua identidade e vivenciarem suas experiências de maneira própria. Apresentaremos no tópico seguinte os sentidos de juventude que estamos abordando nessa pesquisa, quais os aspetos aproximam-se da discussão sociológica da categoria e como perpassam entre as interpretações juvenis.

4.1.2 Jovens que trabalham na *ABrasil Call Center* em Teresina

Apontamos no início dessa pesquisa para a realidade de Teresina no contingente de jovens inseridos no setor de *call center*, que se constitui como a maioria dos trabalhadores. Isso pode expressar que os jovens ingressam se cada vez mais no mundo do trabalho, tendo concluído ou não seus estudos, e que a concepção de um período de prazo social que surge em muitas definições de juventude não consegue envolver a realidade dos diversos segmentos de juventude.

Nessa seção nos colocamos a discutir a maneira como os jovens estão sujeitando-se a experiência no trabalho, por quais razões os jovens ingressam no mundo do trabalho, e como isso incide sobre seus caminhos juvenis. No caso, em estudo, os jovens ingressam no *call center*, segmento este que se desenvolve na fase da metamorfose do capital, com as consequências desse processo para a organização e pela superexploração do trabalho e vivenciam a rotina no labor.

Abramo (2005) salienta que a situação concreta dos jovens brasileiros é hoje diferente do que em teorias que apresentaram um “padrão ideal de juventude”, em que os mesmos deveriam protelar sua introdução até a cessação da sua formação profissional. Entretanto, essa percepção é decorrida por condições sociais, econômicas e culturais, sendo desformado quando o indagamos com certas realidades.

Assim sendo, perguntamos: o que tem levado esses jovens ao mundo do trabalho? De qual juventude estamos falando neste estudo? Podemos sinalizar que a interpretação social de juventude que surge relacionada à existência de um momento de postergação para introdução no mundo do trabalho deve ser analisada sob as condições sociais e econômica do indivíduo, observando que o aproveitamento desse período não é uma realidade para todos, como os jovens que compõem essa pesquisa.

O período denominado de “moratória social” é reconhecido socialmente na chamada modernidade como o destinado à preparação dos jovens, em que é consentido adiar diversas exigências sociais, como o labor, e no qual ainda em há uma certa permissão quanto ao comportamento dos jovens. Para Bourdieu (1983), esse momento é percebido como uma disputa na construção social entre jovens e velhos.

O período concebido ao jovem para a dedicação ao processo escolar parece como aparato para mantê-lo na condição de não maturidade no desenvolvimento de tarefas que seriam tidas como adultas. Os “velhos” conseguiram, assim, invocar suas experiências como salvaguarda de competência, mantendo o jovem “*stand by*” ou mesmo penhorando ao mesmo um período “irresponsabilidade temporária”, prevenindo-o enquanto puderem de desencantamento decorrentes dos prováveis “fracasso” do processo escolar, visto que “pode-se estar muito bem no sistema escolar para não fazer parte do mundo do trabalho, sem, no entanto, estar tão bem para encontrar um trabalho em função dos títulos escolares” (BOURDIEU, 1983, p. 5).

Nos relatos dos meus interlocutores, mesmo estudando, cursando Ensino Superior, Pós-graduação, as responsabilidades que deveriam assumir por ser maior de idade é percebida nas necessidades. Observados nas falas, “*A necessidade*” (SUJEITO PARTICIPANTE 08 Igo, sexo masculino, 22 anos. Teresina, 31/07/2022), levando os jovens a se inserirem no segmento de *call center*, “*Falta de oportunidade em outros ramos e a necessidade de dinheiro*”. (SUJEITO PARTICIPANTE 11 Vito. Sexo feminino, 21 anos. Teresina 05/08/2022). Isso demonstra a diversidade nas experiências dos jovens: de um lado, os jovens que são empurrados a ingressar no mercado de trabalho, mesmo que estejam estudando, e de outro, aqueles que podem adiar a procura de emprego por continuarem os estudos. O primeiro caso é percebido nos sujeitos participantes desse estudo.

A isso, Groppo (2017) sinaliza que as percepções tradicionais sobre a categoria ressaltam esse processo como homogêneo à juventude e traz argumentações realizadas por

Margulis e Urresti (1996) para assinalar que, na realidade, esse processo é experimentado de forma desigual pelos jovens. Apesar disso, Margulis e Urresti (1996) assinala que apesar dessa desigualdade, o prazo social como desejo ou realidade está presente na heterogeneidade da juventude, isto é, esse período é reconhecido socialmente e os jovens podem ou não experimentar.

Outra definição debatida por Margulis e Urresti (1996 apud GROPPPO, 2017) é o da “moratória vital”, isto é, uma maior disponibilidade de energia e vitalidade dos jovens em comparação com os indivíduos que não estão nessa condição, que pode vir ou não seguida da citada moratória social.

No caso dessa pesquisa, podemos identificar que os jovens não experimentam essa moratória social como realidade completa, já que assumem postos de trabalhos logo após o Ensino Médio ou quando estão cursando ensino superior, pós-graduação e, também, o emprego é necessário, em alguns casos, para sustento próprio, custear o curso superior, sendo impossível escolher não trabalhar. Desse modo, apontamos que o conjunto de jovem dessa pesquisa constitui uma “juventude trabalhadora precarizada”, ainda que em suas singularidades, como identificamos ao analisar as razões para a sua introdução no mundo do trabalho.

Ainda que não experimentaram a dita moratória social por um período mais longo, haja visto que em certa etapa dispuseram da mesma, ao se inserirem no mundo do trabalho formal de trabalho após concluírem o Ensino Médio, como evidenciamos no decorrer, em grande medida por razões de necessidades ou pela própria recusa do desfrutamento desse tempo, é observado, por outro lado, a energia e a vitalidade dos jovens que estão inseridos no *call center*, visto que a maioria dos jovens trabalha e estuda quando foram questionados, isto é, um processo que requer energia e esforço por parte dos mesmos se pensamos que a jornada no ambiente de trabalho do *call center* é de seis horas e vinte minutos de trabalho diários, com intercalações de pequenas pausas, em escala de seis dias por um na semana, sem folgas nos feriados e apenas um dia de descanso semanal. Podemos sinalizar que os jovens desta pesquisa constituem um grupo de juventude que escolheu ou não pôde vivenciar o período dito como moratória social.

A realidade do trabalho não pode minar a experiência juvenil. Segundo Abramo (2005), aponta que o labor na contemporaneidade não surgiu como um negador da vivência juvenil, em alguns exemplos, pode surgir como um constitutivo dessa realidade, já que atualmente o cenário concreto da juventude brasileira é diferente do que surgiu em definições

que apontam a moratória como necessária e suficiente para a situação da mesma. Isso nos aponta o relato do jovem trabalhador participante que associou o trabalho a possibilidade de custear-se. “*No momento está suprindo minhas necessidades, pois permite que tenho tempo pra outras necessidades*” (SUJEITO PARTICIPANTE 7, Alv, sexo feminino, 24 anos. Teresina, 08/08/2022).

A socialização entre os jovens pode ser realizada por meio de outras atividades, que podem ser associadas ao tempo, estas que em muitos casos são somente usufruídas por meio de custeio financeiro. Ao jovem, isso mostra que a aquisição de um labor possibilitou maior interação sua com suas experiências, apontando-o como elemento positivo para sua vivência, já que antes dele não tinha liberdade, pois dependente financeiramente. No caso do relato da trabalhadora citada, o emprego aparece como necessário para sustento próprio, não sendo uma escolha possível ficar sem trabalhar, como mostra sua fala sobre está empregada na empresa de call center desse estudo.

É presumível que seu desligamento da empresa *ABrasil call center* somente acontecerá se conseguir outro meio para se manter, custear suas necessidades. A isso, assinala Groppo (2017), na segunda metade do século XX, elementos tradicionais existentes nas percepções de juventude colapsaram, e aqui nos importam o colapso da relação clara entre cada categoria etária e determinadas funções e instituições sociais. Pois alguns dos jovens interlocutores, como o citado acima, assumem funções tidas como “adultas” pelas análises tradicionais, sendo responsáveis pelos seus custeios e suas necessidades. Ocorre que na atualidade, como aborda Groppo (2017), um período de emaranhado das referências das experiências de juventude, com sentidos mais abertos e menos claros.

A realidade que se apresenta na fala da minha interlocutora, “é um local que acaba com sua saúde mental, você passa a ter crises de ansiedade, tem que ter sangue nos olhos para entrar no call center, acredito que quem trabalha ou quem já trabalhou no call center está preparado para trabalhar em qualquer outro lugar. Mas, é um local que você aprende bastante. É onde tiro meu sustento.” (SUJEITO PARTICIPANTE 17, Wel, sexo feminino, 23 anos, Teresina, 05/08/2022). Podemos então indagar se um jovem que trabalha para se custear diante de suas necessidades, como os jovens que compõem essa pesquisa, poderia ser considerado adulto, é presumível nos remete, ao texto, “A juventude é só uma palavra”. A questão é complexa e demanda compreender as transformações sociais, econômicas, e também culturais que percorrem as últimas décadas.

Na atualidade, autores como Pais (2016) caracterizam que a transição à vida adulta perdeu a linearidade, e hoje presenciamos uma transição do tipo “ioiô”, portanto reversível e até labiríntica. Isto é, um jovem pode experimentar certos “marcos da vida adulta”, como trabalhar, casar, permanecer na casa dos pais e ter filhos enquanto ainda vivencia certas experiências juvenis.

Os jovens trabalhadores, *operadores de telemarketing do call center*, nos mostram que suas experiências juvenis são múltiplas: estudam, trabalham, têm filhos, fazem projeções – que de certa maneira são atos de resistência em um contexto marcado por grande incerteza, aceleração e fragmentação – e convivem com a perda progressiva da “capacidade decisória de futuro” (GROPPO, 2017), como o jovem que ingressou no *call center* após terminar o Ensino Superior: “*Conclui o meu curso superior, e não encontrei emprego na minha área, trabalho a um ano e dois meses como operadora de telemarketing*” (SUJEITO PARTICIPANTE 26 May, sexo feminino, 25 anos, Teresina, 08/08/2022).

A conclusão da graduação não resultou em uma inserção na sua área de trabalho. Durante nosso diálogo, essa jovem expressou que ainda desenvolve atividade de empreendedora. O que observamos é uma tensão constante entre as projeções e as frustrações presentes, e talvez futuras, do jovem em busca de uma melhor condição. A esse respeito, Pais (2016, p. 10) aponta que “os projetos de vida que os jovens idealizam abrem portas, por vezes, a um vazio temporal de enchimento adiado. Projetos em descoincidência com trajetos de vida”, esses jovens “nadam contra maré”, a “correnteza” os carregam por trilhas e possibilidades diversas.

Entre a “condição juvenil idealizada” – estudo primeiro, trabalho depois – e a condição da realidade dos sujeitos participantes, jovens trabalhadores do *call center* deste estudo – trabalho e estudo ou somente trabalho –, percebemos as variações de contextos, desejos e experiências. Enquanto para alguns a entrada no mercado de trabalho pode, de certa maneira, “dificultar” suas projeções, como se dedicar mais aos estudos, para outros o trabalho é tido como complemento de sua vivência juvenil.

O que interessa relacionar é que a realidade é garantidamente os jovens participantes inseriram-se no mundo do labor, confrontando o “padrão ideal” de que deveriam se integrar somente após a formação profissional. Entretanto, seja por razões de escolhas próprias, falta de opção ou empurrados por necessidades reais, a depender das condições sociais, econômicas e culturais de cada um, convivem com o trabalho e todos os percalços que dele decorrem, das

dificuldades para conseguir emprego à precarização das relações e condições de trabalho e estruturais do mundo do trabalho brasileiro.

4.2 Terceirização no fio: os jovens *operadores de telemarketing*

Ao discorrer sobre trabalho é relevante não perder de vista a dissemelhança, isto é, que os acontecimentos se embaralharam de modo a complexificar um olhar linear sobre muitas singularidades laborais, seja da perspectiva da divisão das economias, do lugar em que a empresa está instalada e a referência com o global. Tudo isso é relevante para compreender a mutabilidade encontrada nas vivências de trabalho de jovens trabalhadores de *call center*.

A menção a essa complexidade serve para destacar que nesses caminhos a realidade nunca é possível de ser apreendida na sua inteireza. E nesse percurso de escolher entre vários caminhos, alguns mais favoráveis que outros. Também é relevante destacar a descrição e análise dos dados estará centrada nos elementos procedentes dos meus interlocutores, considerando que, dentre outros prismas, as temáticas manifestadas nos diálogos já oferecem um conjunto de elementos relevantes para o estudo e mais ainda, as realidades vividas pelos sujeitos de Teresina.

Em relação ao percentual ao perfil do *operador de telemarketing* no *call center* de Teresina-PI, identificamos ser maioria do sexo feminino, perfazendo um total é de (70%) e do sexo masculino é de (30%). Vale ressaltar que entre os sujeitos participantes não houve nenhuma referência a orientação sexual diferente da binária, conforme mostra a tabela.

Tabela 1 - Perfil dos Operadores de Telemarketing

ESPECIFICAÇÃO	MASCULINO	FEMININO
Quantidade de Trabalhadores	09	21
Faixa Etária (anos)		
18 – 29	09	21
Com relação a Etnia/Cor		
Branca	02	02
Pardo	05	16
Negro	02	03
Estado Civil		

Solteiro(a)	08	17
Casado(a)	0	02
Companheiro(a)	01	02
Divorciado(a)	0	0
Nível de Escolaridade		
Ensino Médio Completo	01	07
Ensino Médio Técnico	0	04
Ensino Superior Incompleto	04	03
Ensino Superior Completo	02	05
Pós graduação Incompleta <i>lato sensu</i>	02	01
Pós graduação Completa <i>lato sensu</i>	0	01

Fonte: Pesquisa Direta. Teresina, 2022.

De acordo com pesquisa publicada pela *Call Center BR* (2021), cerca de (60%) dos cargos das 500 mil vagas oferecidas em todo o país são ocupados por mulheres. Conforme destaca essa mesma pesquisa, a escolha por mulheres ocorre pelo fato de elas serem consideradas mais atenciosas. Ainda no tocante ao gênero, segundo Rais/MTE (2016) dados percentuais de operadores de telemarketing em estabelecimentos com 1.000 ou mais empregados ativos, as mulheres representavam no Brasil (77,6%), sendo que o Nordeste corresponde (71,7%), evidenciando que o trabalho de *Operadores de Telemarketing* caracteriza-se por um trabalho maioritariamente desenvolvido por mulheres.

Uma análise acerca da composição da força de trabalho em empresa de *call center*, foi realizada por Nogueira (2005), a partir dos anos de 1990, a qual evidenciou ter o trabalho feminino no setor de informatização e comunicação aumentou bastante no país. A autora discorre sobre o desenvolvimento da ocupação da mão de obra feminina e conclui que a mão de obra predominantemente no *call center* é constituída por mulheres jovens na faixa etária de 18 a 25 anos.

Em relação à participação de mulheres nesse tipo de atividade, é importante destacar que seu perfil está ligado muitas vezes a uma jornada dupla de trabalho ou até tripla em alguns casos, pois além de trabalharem fora de casa, essas mulheres também desempenham uma jornada de trabalho no espaço acadêmico, na qualificação profissional e também no espaço reprodutivo. Como destaca a autora: “As mulheres, mesmo tendo as tarefas domésticas sob sua responsabilidade, buscam a sua inserção no espaço produtivo em boa parte para compensar o

desemprego masculino” (NOGUEIRA, 2011, p.105). Dessa maneira, torna-se mais suscetível à precarização de sua força de trabalho, ao mesmo tempo que é mais onerada em seu espaço reprodutivo, pois fica reservada as mesmas jornadas excessivas e muitas vezes remunerações inferiores às dos homens.

Assim sendo, grande parte das mulheres, que de fato são maioria nas centrais de atendimento, estão sob esses aspectos no mercado de trabalho, não sendo diferente dentro dos *call centers*. Por muitas vezes, a mulher é vista de forma inferior ao homem, como um indivíduo emocionalmente frágil, pode ser presumível dentro dos papéis desempenhadas nas empresas como mais simpáticas, amáveis, cordiais e, em suma, como um indivíduo mais submisso. Portanto, podendo ser mais fácil de ser controlado. Por esta lógica, torna-se, então, um importante atrativo para o trabalho que lida com atendimento. Estereótipo machista muito semelhante ao atribuído muitas vezes a pessoas LGBTQIA³⁵⁺, ao qual não foram identificados pelos sujeitos que compõem o universo desse estudo.

Desta forma, como é percebido, o trabalho em *telemarketing* resguarda em si, dentre seus discursos ideológicos, a reverência à diversidade. Assim, trabalhadores com perfis atípicos, contrários às imposições sociais-estéticos são ideologicamente apropriados pelos *call centers*, sob um discurso de aceitação daquilo e daqueles que são excluídos do mercado por não atenderem exigências estéticas, quando, na verdade, o que se pode observar é a apropriação do capital de trabalhadores que na realidade se mostram em situação mais vulnerável, tornando-se mais viável sua exploração em postos predominantemente precarizados.

No passo e descompasso do trabalho no *call center* estão os trabalhadores jovens, os *operadores de telemarketing*. Conforme enunciado acima, foram abordados 30 *operadores de telemarketing*, sendo 1 supervisor de operação, todos residem em Teresina, entre 18 a 29 anos, assim distribuídos: (3,33%) de 18 anos; (3,33%) de 19 anos; (6,67%) com 20 anos; (6,67%) com 21 anos; (33,33%) de 22 anos; (16,67%) de 23 anos; (16,67%) com 24 anos; (13,33%) de 25 anos; (10%) de 26 anos; (3,33%) de 27 anos; (6,67%) de 28 anos; (10%) com 29 anos, conforme disposto no quadro a seguir:

³⁵ Ver mais sobre isso em VENCO (2009, p.163).

Quadro 2 - Perfil dos operadores de telemarketing da empresa *ABrasil Call Center*, nomeação fictícia

TRABALHADOR	SEXO	ESTADO CIVIL	ESCOLARIDADE	TEMPO DE EMPRESA	IDADE
Sujeito.1 Ray	Feminino	Solteiro(a)	Pós-graduação Completa	3 anos e 7 meses	28
Sujeito.2 Gil	Masculino	Solteiro(a)	Ensino Superior Completo	3 meses	26
Sujeito.3 Maj	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio Técnico	1 ano	18
Sujeito.4 Kam	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio completo	7 anos	26
Sujeito.5 Ana	Feminino	Casado(a)	Ensino Superior Completo	8 anos	29
Sujeito.6 Íta	Masculino	Solteiro(a)	Ensino Superior Completo	2 anos e 7 meses	23
Sujeito.7 Alv	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Superior Completo	4 anos	24
Sujeito.8 Igo	Masculino	Solteiro(a)	Ensino Superior Incompleto	7 meses	22
Sujeito.9 Diu	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio completo	2 e 4 meses	28
Sujeito.10 San	Masculino	Solteiro(a)	Pós-graduação Incompleta	4 anos	24
Sujeito.11 Vito	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Superior Incompleto	9 meses	21
Sujeito.12 Bren	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio completo	3 anos	27
Sujeito.13 Ali	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio completo	3 anos e 2 meses	24
Sujeito.14 Dav	Masculino	Solteiro(a)	Ensino Superior Incompleto	1 ano e 7 meses	29
Sujeito.15 Val	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio Técnico	1 ano e 9 meses	23
Sujeito.16 Gui	Masculino	Solteiro(a)	Ensino Médio completo	1 ano e 6 meses	20
Sujeito.17 Wel	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio Técnico	3 anos	23
Sujeito.18 Nes	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio Técnico	1 ano	23
Sujeito.19 Jaqu	Feminino	Casado(a)	Ensino Superior Completo	7 anos e 6 meses	25
Sujeito.20 Ali	Feminino	Solteiro(a)	Pós-graduação Incompleta	3 anos e 10 meses	26
Sujeito.21 Dian	Masculino	Companheiro(a)	Ensino Superior Incompleto	4 anos	25

Sujeito.22 Bru	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio completo	5 anos e 8 meses	25
Sujeito.23 Giov	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Médio completo	1 ano e 5 meses	21
Sujeito.24 Mar	Feminino	Companheiro(a)	Ensino Médio completo	2 anos	24
Sujeito.25 Jos	Masculino	Solteiro(a)	Ensino Superior Completo	2 anos	19
Sujeito.26 May	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Superior Completo	1 ano e 2 meses	25
Sujeito.27 Lui	Feminino	Companheiro(a)	Ensino Superior Incompleto	1 ano e 3 meses.	20
Sujeito.28 Apa	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Superior Incompleto	2 anos	23
Sujeito.29 Tia	Feminino	Solteiro(a)	Ensino Superior Completo	7 anos	29
Sujeito.30 Bre	Masculino	Solteiro(a)	Ensino Superior Incompleto	4 anos	24

Fonte: Pesquisa Direta. Teresina, 2022.

No quadro acima, que compõem a relação dos sujeitos participantes, aponta que apresentam qualificação superior, pós-graduação completa e em andamento. Merece destaque que dez trabalhadores afirmaram possuir escolaridade superior³⁶ completa, contrariando a perspectiva apontada por Mocelin e Silva (2008) sobre a não-permanência de trabalhadores de qualificação mais elevada nas empresas de *call center*. É interessante observar que o número de jovens trabalhadores com ensino técnico e superior incompleto é significativa.

Os estudos que apontam a questão da qualificação no *call center* trilham percursos que discutem a relação do conceito junto as transformações ocorridas essencialmente a partir da década de 1970. No entanto, apresentam em diversos momentos visões diferentes sobre o papel conferido a qualificação e a concepção que tem sobre trabalho. Delatim (2009), a partir de uma pesquisa com estudos publicados sobre *call center*, percebeu que a qualificação, em muitas publicações, surge referindo-se ao nível de escolaridade, sendo que muitas empresas

³⁶ As trajetórias de alguns sujeitos participantes mostram cursos superiores diversos, tais como: Direito, Administração, Educação Física, Farmácia, Fisioterapia, Gestão em Recursos Humanos, Biomedicina. Jovens qualificados que acabam inserindo-se em ocupações pouco qualificadas, como *operador de telemarketing*, não podem esperar por um emprego qualificado, observados em seus relatos, como seria possível para um jovem de melhor condição social.

consideram os trabalhadores qualificados aqueles que concluíram o ensino médio ou que ingressaram e/ou estão no momento cursando o ensino superior.

Para Delatim (2009), esses estudos consideram o *call center* como um setor que apresenta inúmeros elementos que dão continuidade ao trabalho segmentado e rotinizado no modelo taylorista-fordista, mas que apresenta como diferença o uso das tecnologias da informática e de gestões “flexibilizadas” de modo a aumentar o processo de intensificação do trabalho precarizado. Para o autor, esses estudos observam o deslocamento da qualificação para a noção de competências. De uma perspectiva, uma parte dos estudos realizados parece simplificar um pouco a questão da qualificação ao delimitá-la a escolaridade, embora tal perspectiva encontre subsídios nas proposições mais usuais do termo. E sob outra perspectiva, há também aqueles que levantam outras variáveis envolvidas na qualificação e acreditam que não é possível compreendê-las sem deixar de considerar suas imbricações com as relações produtivas atuais e as profundas mudanças do âmbito do trabalho atual.

Silva (2004b), em sua pesquisa realizada em uma empresa que atua como provedor de internet, concluiu que não é possível enquadrar o trabalho do atendente em um único modelo de organização do trabalho, considerando que, embora algumas tarefas continuassem a ser segmentado e rotinizadas, havia também um conjunto de tarefas mais complexas realizadas pelo atendente, sendo que o autor elencou o volume de ligações, o tempo médio despendido aos clientes e a aderência parcial ou quase que total ao *script* como elementos para indicar a convivência com outras formas de organização do trabalho que não sejam exclusivamente a taylorista-fordista.

Silva (2004b) pondera que as atividades complexas exigem uma maior multifuncionalidade do *operador de telemarketing*, expressa pela exigência do ensino. Refere-se ao uso padronizado de procedimentos e de linguagem que devem ser adotados pelo *operador de telemarketing* na conversação com o cliente, expressa pelo ensino médio como escolaridade mínima e treinamento fornecido pela empresa, deve também ser norteadada pela noção de competência traduzida como atributos comunicacionais que favoreçam o desempenho de suas funções laborais.

Diante desse quadro, é possível considerar que, conforme Arrais Neto (2002b, p. 88-89) o capital vem rompendo barreiras quanto ao uso de modelo unificado, isto é, é possível obter vantagens como a combinação ou mesclagem de mais de “modelo de regulação social, político e econômico” desde que amplie sua capacidade de explorar a força de trabalho.

Nesse contexto, a falta de trabalho em outras áreas, pressupõem que a geração de emprego atende a oferta de trabalho e não a demanda de qualificação, e isso se dá na engrenagem do capital. A isso, está relacionado ao avanço desses setores com *call center*, isto é, a mão de obra se apresenta ancorado na precarização.

Pois a precarização em todas as suas variáveis é ancorada na oferta, assim como as políticas implementadas pelos governos pós-golpe de 2016 que essa oferta foi acentuada. Mas isso já havia sendo sinalizada, em 2013, nos governos do até então PSDB, quando as empresas de *call center* migraram para o Nordeste, em específico para Teresina. A essa lógica impacta diretamente os jovens, pois os mesmos, de modo geral, não têm demanda de qualificação, a exemplo, muitos dos participantes desse estudo são formados na área de licenciaturas, serviço social, educação física. Ocorre que o poder público, na esfera municipal, oferece processo seletivo com duas ou seis vagas, ainda com cadastro de reserva. Já setor de *call center* oferece trezentas vagas, essa é a relação dessa lógica, ou seja, os que possui curso superior vão ou morrem de fome a realidade que se apresenta em Teresina.

Tão pouco essa qualificação da força de trabalho que se apresenta no setor de *call center* não é revertida em uma condição diferenciada no processo de negociação da sua força de trabalho. Conforme Venco (1999), a qualificação dos *operadores de telemarketing* não corresponde ao desenvolvimento do seu trabalho que se restringe ao atendimento mecanizado, padronizado e predeterminado.

Torna-se explícito nessa lógica os processos pautados na geração de empregos pode ser um processo mistificado e atrativo, em que as diversidades humanas não inferem no processo de inserção do trabalhador de *call center*. Entretanto, vale a análise crítica em relação a que tipo de relação de trabalho se constrói neste fazer, neste labor e em que condições de trabalho submetem-se os *operadores de telemarketing*.

A pesquisa apresenta importantes “pistas” sobre o objeto desta investigação, em especial, as que levantaram aspectos do perfil sócio-ocupacional do *operador de telemarketing*, buscando compreender o sentido da qualificação. No entanto, a ênfase dada aqui será de buscar como tem ocorrido o processo de trabalho de jovens em empresa de *call center*.

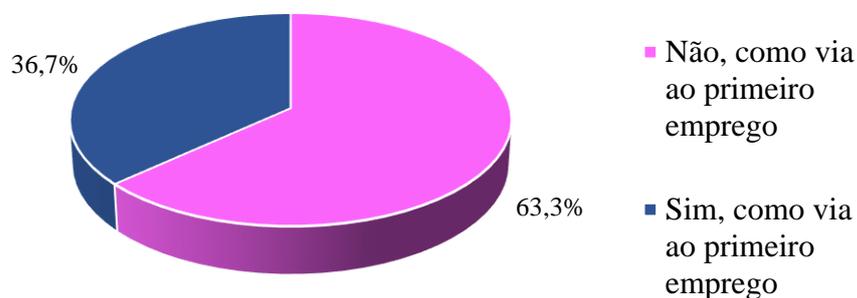
Pesquisas anteriores evidenciam que *operadores de telemarketing* no Brasil são em sua maioria jovens entre 18 a 29 anos, em 2020, conforme o Sindicato dos Trabalhadores de Telemarketing (SINTRATEL), as empresas de prestações de serviços contrataram mais de 1,5 milhões de jovens e adultos com idade aproximada entre 18 e 29 anos, para atuarem em Ativo

de vendas, cobrança, retenção, SAC, *chat*. São pessoas construindo suas vidas e que mesmo muito jovens, com 18 anos, são obrigados a trabalhar. Para termos uma ideia, a maioria (33,3%) tem mais de dois anos de trabalho e (20%) tem cinco anos.

Embora a empresa *ABrasil call center* tenha nove anos instalada em Teresina-PI, os questionamentos aos interlocutores desse estudo apresentam em sua composição uma variação do tempo que os trabalhadores permanecem na empresa. Uma variação no tempo de serviço dos jovens trabalhadores que pode estar relacionada às perspectivas que eles têm sobre esse emprego e os seus planos de carreira, como observamos quando questionamos a maneira como vê em nessa função, que no geral é considerada como temporária.

Por meio do questionário aos participantes do estudo também foi possível identificar a pretensão desses jovens que para 36,7% dos jovens não era a primeira experiência de trabalho, enquanto 63,3% a consideravam como primeira experiência, conforme demonstrado no gráfico abaixo:

Gráfico 1 - *Call Center* como via ao primeiro emprego



Fonte: Pesquisa Direta. Teresina, 2022.

O que pode dificultar uma percepção crítica da realidade em que estão inseridos em relação a sua situação de trabalho, uma vez que a análise entre duas ou mais experiências no mundo do trabalho pode facilitar o alcance de novas e ampliadas perspectivas de realidade. Porém, nos pareceu interessante evidenciar como os jovens trabalhadores participantes fizeram referência ao ingresso nesse emprego. Os postos de trabalho são característicos principalmente para os jovens, especialmente do sexo feminino, com qualificação superior completo. Os *call centers* representam uma atividade que modifica o cenário trabalhista do município de Teresina que não apresentava anteriormente este tipo de empresa, criando novos postos de trabalho, que

modificam o cenário do trabalho e emprego. A empresa pesquisada abre mercado no município de Teresina no ano de 2013.

As experiências anteriores desses trabalhadores com o mundo do trabalho não são necessariamente formais de carteira assinada e nas áreas de comércio e vendas (3,33%), assistente ou auxiliar de escritório (6,66%), serviços (10%), *call center* (20%) e (6,98%) outras ocupações não especificadas, apenas exercem.

Chama atenção a quantidade de participantes trabalhadores jovens que não se encontram na condição de primeiro emprego, já experiências de trabalho anteriores à atual no *call center*. Essa informação evidencia ser esse tipo de ocupação em Teresina relevante por se constituir como oportunidade para os jovens transitarem da condição de primeiro emprego, de uma empresa desse setor, para outra do mesmo segmento.

Essa realidade difere da hipótese de Mocelin e Silva (2008), que supõe serem as ocupações de *telemarketing* configuradas como empregos-*trampolim*. Como postos de trabalho temporariamente ocupados por trabalhadores, mas que não são atrativos profissionalmente, sendo descartados quando o trabalhador encontra uma melhor oportunidade ou quando concluem seus estudos: formação técnica ou graduação. No universo por nós pesquisado em Teresina diverge no sentido em que esse tipo de emprego se constitui para além do “emprego *trampolim*”, é vivenciado como falta de outra oportunidade para os jovens, ou seja, ocorre que os jovens saem de um *call center*, e vão para outro *call center*, mesmo diante de um trabalho precarizado, pouco qualificado, construindo como única alternativa para os jovens trabalhadores interlocutores desse estudo.

Um fato que evidencia essa falta de oportunidade de emprego, é que os jovens, mesmo com escolaridade além da mínima requisitada para ascender à função de *operador de telemarketing*, que é ter ensino médio completo, buscam esse tipo de emprego. Como apresentado acima, 26,67% dos operadores abordados informaram ter ensino médio completo, enquanto 26,67% referiram ter ensino superior completo e 23,33% estarem cursando o ensino superior. Identificamos ainda participantes com pós-graduação completo e incompleto, 3,33% e 6,67% respectivamente, ademais de 13,33% com nível médio técnico. Ao indagar aos sujeitos participantes que possuem ensino médio completo se continuam estudando, 51,16% responderam continuarem estudando, enquanto 23,26% não continuam estudando e 25,58% não responderam.

Outra informação relevante, para compreender o perfil dos jovens *operadores de telemarketing*, é aquela relacionada a etnia. Nesse sentido, ao serem indagados sobre o assunto, 70% se autodeclararam pardo, enquanto 16,7% negros e 13,3% brancos. Esse dado de realidade evidencia não apenas serem as pessoas não brancas na maioria das atividades, mas também que esse segmento de jovens, mesmo qualificado, não encontra alocação melhor no mercado de trabalho. Aqui cabe uma indagação a ser aprofundada: será que a etnia é um fator definidor para a incorporação desses jovens nesse tipo de atividade, já que a tão requisitada “aparência” não pode ser constatada?

É que nas empresas de *call center* há uma grande participação de pardos e negros. Em geral, esses grupos possuem maior dificuldade de ingressarem ou reingressarem no mercado formal de trabalho devido à estigmatização social que estão condicionados. Nesse sentido, o *call center* aparentemente surge como um lugar de acolhimento e respeito da diversidade étnico. Sobre esse ponto, os dados no que diz respeito a etnia obtido nesse estudo traz um elemento muito interessante para estudos.

Pois aponta essa aparência de igualdade do *telemarketing* e expõe a real relação de preconceito social. A elevada participação de pessoas socialmente marginalizadas nos postos de trabalho no *call center* ocorre, pois não há a necessidade do contato direto com o cliente. Todo o contato é mediado por redes de comunicação. Assim como nos pardos, negros e também as mulheres, a marginalização social sofrida por esses indivíduos é utilizada como forma de desvalorização dessa força de trabalho. Por isso, a força de trabalho dessas pessoas torna-se atrativa para as empresas de *call center*.

Obtivemos informações acerca do estado civil dos jovens e identificamos que 83,3% são solteiros, enquanto 6,7% são casados. No entanto, um total de 10% informou terem um companheiro ou companheira. Além disso, a maioria 80% informou não ter filhos, enquanto 20% citou ter pelo menos um filho, realidade que também se constata entre mulheres desse setor, conforme destacam Fidelis e Monsmann (2013). Considerando a condição social, basicamente no que refere a idade e a formação dos interlocutores participantes, é possível afirmar que esses jovens, a exemplo do que apontam estudos de (CAVAIGNAC, 2010; BRAGA, 2012; BENEVIDES, 2014; ARAÚJO, 2016). Estão criando para si outras prioridades e projetos de vida que a constituição da própria família. Em nosso estudo, percebemos como esses elementos se apresentam na realidade dos jovens *operadores de telemarketing* a partir da relação de trabalho a que estão sujeitos.

4.2.1 Trabalho flexível e precário: condições e identidades

As condições de trabalho dos *operadores de telemarketing* são caracterizadas por uma rotina de tarefas de atendimento aos clientes, por meio do telefone e outras redes de comunicação. O trabalho dos *operadores* está ancorado na utilização cotidiana de modernas tecnologias, porém se mantém centralmente em atender e efetuar chamadas telefônicas (ativos e receptivo). O trabalho dos *operadores* é realizado nas posições de atendimentos (PA's) onde todas as ações executadas são controladas. A atividade não exige nenhum tipo de qualificação prévia ou experiência, sendo necessária competência, como capacidade de comunicação, persuasão, objetividade, além de conhecimentos básicos sobre informática³⁷.

O contato com os clientes é realizado sentado, com o fone, por meio do uso do telefone, um computador e um *headset* com microfone e outras redes de comunicação, por exemplo, *chat*, voltada para atender e efetuar chamadas telefônicas, é observada e controlada constantemente pelo supervisor. O atendimento pode ser de dois tipos: ativo e receptivo. Esse ativo é caracterizado por ligações realizadas pelo operador para o cliente, para a realização de televendas de produtos e/ou serviços e cobranças. Nessa modalidade de trabalho, os *operadores de telemarketing* são cobrados por metas de vendas e “promessas” de Remuneração variável (RV). Já o atendimento receptivo ocorre quando o cliente procura pelo atendimento, seja por meio do SAC, ou serviços de relacionamento ao cliente, como os *chats*. Nesse caso, os trabalhadores, *operadores de telemarketing*, são cobrados por índices como Tempo Médio de Atendimento (TMA) e índices de qualidade, os quais são monitorados ao tempo que ocorre o atendimento.

O que percebemos é que com os desenvolvimentos de tecnologias informacionais, aumenta-se o rendimento de acumulação do capital estrutural, ao mesmo tempo, em que eleva a superexploração da força de trabalho com a intensificação do seu ritmo de trabalho, ficando o trabalhador sujeitados a condições intensas de cobranças por produtividade, a um custo baixo para a empresa. Ou seja, aumenta-se a valorização do capital em detrimento da força de trabalho, ao passo, que não é remunerada por isso.

³⁷ Os conhecimentos em informática exigidos pela empresa são básicos, haja visto que os sistemas operacionais utilizam uma linguagem acessível, de modo que um breve treinamento realizado pela própria empresa permite a execução do mesmo. A respeito dessa questão ler Sennett (2006).

A isso, a remuneração básica percebida pelos *operadores de telemarketing* é de um salário mínimo, por uma jornada de trabalho de seis horas e vinte minutos³⁸, distribuída em escala de seis dias de trabalho por um dia de folga. Porém, trabalhador de setor de vendas, por exemplo, pode receber uma comissão, denominada de Remuneração variável (RV), caso atinja as metas estabelecidas. Para os interlocutores com experiência em ocupação anterior, a remuneração relatada não difere daquela recebida em ocupação anterior, razão pela qual eles não identificam melhoria financeira entre o trabalho anterior e o atual. Podemos afirmar através desse relato, na percepção da minha interlocutora, quando a mesma avalia a renda da atividade anterior, em comparando com atividade atual, “*piorou*” (SUJEITO PARTICIPANTE 1 Ray. Sexo feminino, 28 anos. Teresina, 25/07/2022), a ocupação anterior que exercia, era de professora da educação infantil. É importante destacar que essa melhora só é reconhecida quando se trata de jovens que estão na atividade como primeiro emprego.

Para melhorar essa remuneração, vários sujeitos participantes relatam procurar alguma outra ocupação que possa prover complementação da renda, por isso, muitos deles possuem outras fontes de renda. As fontes são as mais variadas como: empreendedora, estágio, esteticista, consultora de beleza, profissional de educação física, modelo comercial, confeitadeira e professora de reforço. Todas as atividades informais tornando-os dependentes da remuneração oriunda do trabalho no *call center*.

Apesar de o trabalho no *call center* possibilitar certa autonomia financeira para a maioria dos jovens trabalhadores interlocutores, eles não almejam construir uma carreira na empresa, obviamente, por não encontrarem na atividade perspectiva positiva de futuro. Essa constatação é contrária ao que evidenciam estudos de Bono (2000) e Bono e Bulloni (2008), quando afirmam serem os *call centers* empregos do futuro, pois para além do escape temporário considerado por alguns *operadores*, são empregos permanentes para muitos indivíduos que se resignam com a precariedade laboral e acabam por fazer carreira. Aspecto também observado nesse estudo por alguns interlocutores que alimentam o desejo de seguir carreira no *call center*.

Desta maneira, identificamos que os jovens trabalhadores, *operadores de telemarketing*, relatam viverem desconforto ou descontentamento com a organização do

³⁸ A jornada de trabalho de seis horas e vinte minutos diários. Nos relatos de alguns interlocutores desse estudo, *operadores de telemarketing* vê nessa jornada como um facilitador na conciliação entre trabalho, estudo e outras atividades. No entanto, essa questão da jornada esconde o uso intensivo da mão de obra e muitas vezes, extensivo dado a utilização de treinamentos e horas extras (SANTOS, 2006).

trabalho, em razão do excesso de controle, das constantes exigências para cumprimento de metas, medo, tensão, renumeração, dentre outros problemas, fazendo com que apenas 23,33% dos interlocutores pretendam seguir carreira na empresa. Quando questionado se esperam seguir carreira na empresa: “*sim*”, foi a resposta de nove do total de trinta interlocutores participantes. Desse modo, observamos expressar uma relação de contradição do modo de produção capitalista.

Acerca desse controle por desempenho e cobranças por metas, os interlocutores afirmam que, além de ser intenso esse controle, ele ainda é facilitado pelo avanço da tecnologia, essa combinação possibilita maior controle sobre o jovem trabalhador. É o que percebemos segundo esse relato, “*Supervisor, software de gerenciamento*” (SUJEITO PARTICIPANTE 10 San. Sexo masculino, 24 anos. Teresina, 03/08/2022). Os relatos abaixo evidenciam alguns elementos que evidenciam como ocorrem essas práticas e, de algum modo, evidenciam a partir da perspectiva de cada trabalhador: “*Através das ligações recebidas, há uma equipe exclusiva para monitorar o atendimento e avaliar se foi realizado conforme deve.*”, (SUJEITO PARTICIPANTE 1 Ray, sexo feminino, 28 anos, Teresina, 25/07/2022), mas também por meio dos próprios equipamentos de trabalho dos trabalhadores: “*Por de sistemas de computadores*”. (SUJEITO PARTICIPANTE 9 Diu, sexo feminino, 28 anos, Teresina, 27/07/2022).

Há ainda pelo controle do tempo: “*Ouvindo ligações, monitorando todas as pausas, até de ir ao banheiro, tem controle de minutos não pode ultrapassar, fazendo feedbacks, muita pressão psicológica, criando scripts*” (SUJEITO PARTICIPANTE 12 Bren, sexo feminino, 27 anos, Teresina, 04/08/2022), e da quantidade de ligações: “*Tempo de cada ligação. Vendas; tempo falado com cliente; tempo de pausas (descanso, alimentação, descanso, banheiro e feedback)*” (SUJEITO PARTICIPANTE 15 Val, sexo feminino, 23 anos, Teresina, 04/08/2022).

Mas o controle ocorre também de forma direta, conforme é avaliado por essa jovem: “*De maneira rude, grosseria e desrespeitosa.*” (SUJEITO PARTICIPANTE 15 Maj, sexo feminino, 18 anos, Teresina, 27/07/2022). Alguns operadores trabalhadores jovens chegam a mencionar o termo assédio moral, observado na fala da minha interlocutora, “***Fora assédio moral e muita pressão psicológica, gosto da carga horária são 6:20, o salário é aproximado a um salário mínimo, por enquanto é o que dá para conciliar, emprego e estudo.***” (SUJEITO PARTICIPANTE 12 Bren, sexo feminino, 27 anos, Teresina, 27/07/2022, grifos nossos), como verdadeiras “palavras de ordem”, ligados a pressupostos implícitos (como o “valor” do trabalho

e a “oportunidade” de crescimento) e uma obrigação social (no caso, conseguir uma ascensão social).

Uma espécie de demonstração de poder:

A função do supervisor é "gerir a equipe", pressionar os atendentes, para que estes cumpram com as metas definidas, ainda que em alguns casos a meta estabelecida seja humanamente impraticável. Todo o ambiente de atendimento é monitorado por diversas câmeras, que flagram tudo. Caso um atendente faça algo que incomode as pessoas do setor de câmeras "segurança corporativa", mesmo que não seja nada proibido pelo regulamento de conduta da empresa, o supervisor é sinalizado e impelido a sancionar o atendente. A respeito do script de atendimento, existem orientações básicas para o que é dito para o cliente no atendimento, mas que podem variar muito, a depender do setor que o atendente trabalha. A empresa que terceiriza o seu atendimento e o setor dela em que o atendente labora define a finalidade do atendimento que é prestado. Um atendimento de cobrança de contas será diferente de um atendimento de vendas, que será diferente de um atendimento de retenção (impedir o cliente de cancelar o serviço) e etc. (SUJEITO PARTICIPANTE 06, Ita, sexo masculino, 23 anos, Teresina, 28/07/2022)

E por meio do modo como a comunicação circula:

Informação/cobranças de metas, cobrança de tempo e agilidade em atendimento e condutas de script durante o atendimento (como: formas de reter o cliente, script obrigatórios e informativos obrigatórios para repassar ao cliente). (SUJEITO PARTICIPANTE 27, Lui, sexo masculino, 20 anos, Teresina, 08/08/2022)

Os depoimentos evidenciam uma rigidez e excessivo controle do trabalho dos operadores, fazendo-nos presumir ser o ambiente de trabalho marcado por medo e, quem sabe, até punições. Nos ambientes de *call center* há uma forte tensão por cumprimento de metas, muitas vezes sob ameaça de desligamento. A tensão se traduz na produtividade, relacionado a quantidade total de ligações realizadas em um dia de trabalho e quantidade de ligações encerradas com sucesso: “80/varia de 5 a 10 minutos”; “85 a 100”; “90 ligações em média e com um tempo de 3 a 5 minutos em cada” (SUJEITO PARTICIPANTE 12, Bren, sexo feminino, 27 anos Teresina, 04/08/2022). Na análise das falas dos interlocutores, a cobrança e o controle se dão de forma excessiva por produtividade constante, evidenciado na fala da minha interlocutora, “*Monitoramento das ligações, aplicação de feedbacks para alinhar pontos, e corrigir erros*” (SUJEITO PARTICIPANTE 23, Giov, sexo feminino, 21 anos, Teresina, 05/08/2022).

Segundo Taylor (1990), para se otimizar o tempo de produção, era necessário a eliminação dos movimentos mortos, o máximo controle sobre os trabalhadores e recompensas financeiras para aqueles que se adequarem às metas impostas pela empresa. No caso do

telemarketing, isso se expressou na adoção de tecnologias informacionais de controle do tempo e das tarefas dos trabalhadores na Posição de Atendimento (PAs) e na equipe de supervisão e qualidade. A exploração do trabalhador, a precariedade “emprego periférico”, para usar um termo de Harvey (1996), aumenta, em nome de uma racionalidade científica.

Os depoimentos evidenciam que os mecanismos mais fortes de controle do trabalho presentes nas atividades exercidas pelos *operadores de telemarketing no call center* são: o controle do conteúdo, do comportamento, controle do tempo, dos resultados. Portanto, a empresa depende tanto do esforço físico quanto mental dos jovens trabalhadores. Desse modo, o resultado não seria outro se não o esgotamento dos mesmos.

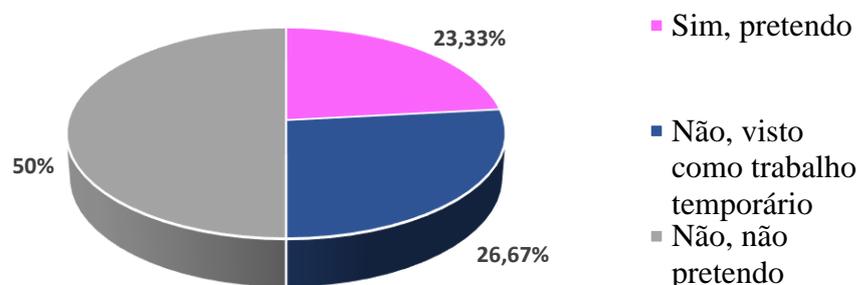
Os relatos dos operadores evidenciam que o trabalho é executado em ritmo acelerado, um dos elementos da exploração do trabalho. Problemas como esses já foram constatados em pesquisas desenvolvidas por Rabelo (2006); Almeida (2009); Guena (2009) que revelaram que nesses espaços o trabalho é marcado por tensão, assédio moral, em razão da produtividade.

Da mesma forma observou Ruy Braga (2012), que entre as características gerais do processo de trabalho dos *operadores de telemarketing*, é relevante salientar alguns aspectos comuns no segmento, que resultam em precarização: a) a disponibilidade dos empregados está atrelada as difíceis condições de trabalho; b) forte ritmo de trabalho: uma chamada seguida de outra. Como foi relatado nos depoimentos registrados acima. Sem dúvidas, esses fatores são bastantes comuns entre operações e podem ser determinantes para adoecimento em razão das constantes exigências.

No caso dos jovens interlocutores participantes, a condição de estar lado a lado um jovem formado e outro em formação superior, muito comum em operações de *call center*, pode ser favorável para o desempenho de determinada atividade. Mesmo assim: “são fortemente impactados em sua subjetividade, podendo desenvolver sentimento de insegurança, injustiça, insatisfação, falta de reconhecimento profissional, frustração e adoecimento psíquico” (ANTUNES, 2020, p.221). Condição esta observada nos relatos dos participantes desse estudo, destacado nas falas: “*Não por causa pressão dos superiores; ambiente normalmente muito tenso; e a remuneração poderia ser bem melhor*”. (SUJEITO PARTICIPANTE 18 Nes, sexo feminino, 23 anos, Teresina, 08/09/2022), ainda na reflexão de Antunes (2020), “*Não, pois o crescimento no trabalho é muito difícil*.” (SUJEITO PARTICIPANTE 27 Lui, sexo feminino, 20 anos, Teresina, 08/08/2022).

Tudo isso pode contribuir para que essa carreira seja vista como pouco almejada pelos jovens trabalhadores de *telemarketing*, como evidenciado no gráfico abaixo:

Gráfico 2 - Pretensão de carreira dos jovens trabalhadores na empresa.



Fonte: Pesquisa Direta. Teresina, 2022.

Do exposto acima podemos afirmar que há indícios de que o trabalho como *operador de telemarketing no call center* está aquém das expectativas de trabalho futuro dos jovens participantes, o que nos vai constatar que a experiência nessa ocupação se constitui em uma estratégia significativa para alcançar uma carreira com a qual se identificam. Nesse cenário de trabalho flexível e precário, trata-se dos arranjos de trabalho a condições e identidades, e que, com esta empresa, essas condições que toca sobretudo os trabalhadores jovens.

4.4 O trabalho por um fio: os jovens na corda bamba

Os processos de identidade no trabalho são constituídos a partir das relações subjetivas que cada uma entre outras temáticas surgidas com maior relevância nos questionamentos realizadas, podemos destacar a satisfação com o trabalho, por exemplo, as relações estabelecidas entre os pares. A medida individual desenvolve por meio do exercício concreto de tarefas específicas em uma ocupação.

A interlocução social acerca de uma ocupação é também parte constitutiva desses processos identitários. Os espaços de *call centers* são parte desse contexto de interlocução social. Essas relações são enfraquecidas com advento do trabalho em *home office* os jovens trabalhadores, buscando articular os processos de construção de identidades a partir da relação com a satisfação com o trabalho. Identificamos nos sujeitos participantes a compreensão dessa ocupação como temporária. Entretanto, a realidade que se apresenta para os jovens em Teresina: falta de opção de emprego, a desconstrução do trabalho, perda de sentido com o trabalho

evidencia indícios de como os jovens trabalhadores esperam dessa ocupação, nesses relatos: “*Não, vejo que pode melhorar em vários aspectos, principalmente no tratamento e na remuneração.*” (SUJEITO PARTICIPANTE 3 Maj, sexo feminino, 18 anos, Teresina, 27/07/2022); ancorado em um “projeto de vida” nos diz: “*Não. Por isso continuo estudando, para trabalhar com a área que eu me interesse.*” (SUJEITO PARTICIPANTE 6 Íta, sexo masculino, 23 anos, Teresina, 28/07/2022). Uma percepção de melhora que pode ser salarial, como o “porto seguro” enquanto terminam os estudos: “*Não, porém no momento está suprimindo minhas necessidades pois, permiti que eu tenha tempo para outras atividades*” (SUJEITO PARTICIPANTE 7 Alv, sexo feminino, 24 anos, Teresina, 29/07/2022)

Mas a esperança pode ser o desejado para o futuro: “*Fora assédio moral e muita pressão psicológica, gosto da carga horária são 6:20, o salário é aproximado a um salário mínimo, por enquanto é o que dá para conciliar, emprego e estudo*” (SUJEITO PARTICIPANTE 12 Bren, sexo feminino, 27 anos, Teresina, 27/07/2022). Ou possibilitar novos horizontes dentro da engrenagem do *call center*: “*profissionalmente dentro da empresa*” (SUJEITO PARTICIPANTE 15 Val, sexo feminino, 23 anos, Teresina, 04/08/2022). Como destaca Sennet (2015) o trabalho funciona quase que exclusivamente por seu valor instrumental, considerando que não possibilita à autorrealização. Portanto, manter um emprego formal surge como algo a ser preservado, apesar de não encontrar nenhuma perspectiva nele. Conforme assinala Sennett (2015), encontrados em muitos empregos algo relevante na contemporaneidade, pois na perspectiva do trabalhador, não faz muita dissimilitude em que está trabalhando, levando em conta que o que está ocorrendo não é a construção de uma “narrativa”.

O que ocorre é um predomínio do sofrimento em contraposição à satisfação é constatado nos depoimentos desses jovens trabalhadores pelas tarefas que realizam, demonstrando pouco ou quase nenhum orgulho pelo que fazem, destacado na fala do meu interlocutor: “*Sou conformado (satisfeito não)*” (SUJEITO PARTICIPANTE 30 Ber, sexo masculino, 24 anos, Teresina, 08/09/2022). Desta forma, percebem que o trabalho gera ausência de identificação, por ser acompanhado de rigidez da organização e também pelo controle excessivo, metas quase inalcançáveis, quase nenhuma valorização, complexidade no trabalho de atendimento ao cliente.

Em face do exposto, o investimento numa identidade laboral se torna complicado quando os trabalhadores se deparam com um cenário desalentador como o descrito acima e frequentemente experimenta insatisfação crônica, descontentamento, apatia e desmotivação.

Diante disso, o que levam os jovens a buscarem ocupações nesse segmento de *call center*, mesmo a maioria dos sujeitos participantes desse estudo já terem conhecimento dessa realidade, como esse estudo evidenciou. Segundo Roque (2013), a identidade do operador de *call center* é caracterizada pela inexistência de expectativas e pela frustração, em que o *operador de telemarketing* não se identifica com a construção de uma carreira no trabalho, não existindo um sentimento de pertença à empresa para a qual trabalha.

A isso, um fato recorrente observado nas respostas dos sujeitos participantes, está relacionado, a necessidade, a falta de opção, circunstância que recaem principalmente sobre os jovens: “*Falta de oportunidade em outros ramos e a necessidade de dinheiro*”. (SUJEITO PARTICIPANTE 20, Ali, sexo feminino, 26 anos, Teresina, 05/08/2022). O ingresso em trabalho em *call center* foi mencionado como possibilidade tanto para quem tinha ensino superior, como para quem não tinha e estava cursando, “*Mesmo aqueles e aquelas que concluíram o ensino superior, não é fácil encontrar emprego: “Conclui meu curso superior e não encontrei emprego na minha área.”*”. (Entrevistado 26, May, sexo feminino, 25 anos, Teresina, 06/08/2022). A necessidade surge em diversas falas dos participantes e é algo sinalizado como negativo por eles nesse segmento de *call center*.

Essa condição de ter formação e não ter possibilidade de trabalhar na área de sua formação, não é um problema que atinge apenas aos jovens brasileiros. Como nos alerta Antunes (2018) há “[...] progressivas tendências de trabalho precarizados advindas com as inovações tecnológicas [...]” (p. 29), que submete os sujeitos, a uma degradação do trabalho, impõem-nos a buscar inserções dessa natureza, pois ela serve a uma lógica capitalista excludente.

Todavia, com a pandemia da Covid-19, a precarização que atingia a vida trouxe consigo ainda mais “*metamorfoses*” na vida e no trabalho desses jovens, pois eles precisaram lidar com a modalidade *home office*, tendo que conviver, no espaço da casa, com as atividades domésticas e as de trabalho. Essa nova condição do trabalhar, impôs outra dinâmica, exigindo: acomodação no espaço da casa; concentração frente as interferências sonoras produzidas por possíveis moradores e/ou vizinhos; condições financeiras para pagar custos com energia, da precariedade da conexão, mas também, sobre tempo gasto com deslocamento casa-trabalho-casa e, também, sobre a pressão existente no espaço da empresa, fruto do controle da gerência imediata. Condição semelhante foi relatada pelos jovens trabalhadores integrantes desse estudo, ao tratarem sobre como foi a experiência no trabalho em *home office*:

A princípio eu não gostei fiquei imaginando nossa! Distante dos meus superiores e se tiver dúvidas como vou fazer? Mas aí eu acabei gostando muito da ideia... até porque longe de cobrança você fazia a sua demanda e entregava, e tudo de boa... Sem contar que não precisava sair de casa, acordar cedo digo, o tempo que levava para ir até a empresa já era incrível. Hoje gostaria muito que voltasse a ser em home office, porque ficar trabalhando na tranquilidade de sua casa não tem preço (Entrevistada 5, Ana, sexo feminino, 29 anos, Teresina, 27/07/2022).

A experiência, assim, no começo eu gostei, mais depois era mais estressante porque caía o sistema toda hora, a gente excedida a carga horária das 6 horas e 20 minutos, entendeu? Porque tinha que completar a carga horária em casa. Tinha que completar essa carga horaria de qualquer forma né, então era mais estressante. Mais aí, tive até duas crises de ansiedade né, coisa que eu nem sabia que tinha, ou se tinha, acho que foi só por causa do pico do estresse. No princípio eu gostei. No geral eu gostei porque só em não depender de ônibus já era uma maravilha, porque o que estressa é o trajeto até o trabalho, ônibus que atrasa, ônibus lotado. (Entrevistada 20, Ali, sexo feminino, 26 anos, Teresina, 05/08/2022).

Nos trechos dos diálogos destacados acima, identificamos que as condições de trabalho precárias evidenciam que não apenas o ambiente de trabalho em si é estressante, instrumentos e intensificação do trabalho, mas também, o percurso casa-trabalho-casa que, na cidade de Teresina, é ainda mais desgastante frente a completa falta de transporte coletivo ³⁹ na cidade.

Em suma, a condição de trabalho relatada é complexa, conforme evidencia o trecho do relato a seguir:

Eu achei uma experiência boa, assim, as coisas que eu achava ruim, era porque dependia da estrutura, e as vezes a qualidade do sinal da internet não tava boa, era uma das dificuldades né! Outra dificuldade é por exemplo, logo que iniciava o atendimento eu informava que tava falando de home office, de casa, só que tinham pessoas que não estavam atento ao que eu dizia, aí no decorrer do contato, por exemplo, as vezes tinha um cachorro latindo, tinha uma criança chorando, alguém falando alto, aí a pessoa ficava... dizia assim ué eu liguei foi para operadora ou foi pra residência, mas eu disse no começo, eu expliquei: eu to trabalhando de home office. Assim então, no começo ficava essa dúvida que a pessoa tinha um pouco de dúvida de saber se tava falando com a pessoa da empresa ou era com uma pessoa que tava fazendo alguma picaretagem sabe! Então gerava alguma dúvida em algum momento. Mais assim, eu achei uma experiência boa. Pra mim, se eu pudesse trabalhar em home office sempre seria até bom, tem uns problemas, mas a gente tem que escolher o problema que incomoda menos e pra mim o

³⁹ A cidade de Teresina, no estado do Piauí, tem enfrentado uma prolongada crise no transporte público da cidade. Desde março de 2020, foram oito greves e inúmeras paralisações por parte dos trabalhadores do sistema. Desde então, o município não conta com qualquer ônibus circulando pelas ruas de forma regular, e o serviço de transporte coletivo é feito por vans e micro-ônibus sem fiscalização. (SETUT; GP1; DIÁRIO DO TRANSPORTE; 2022)

que incomoda menos é do home office. (Entrevistado 30, Bre, sexo masculino, 24 anos, Teresina, 08/09/2022).

Trabalhar em casa, mesmo tendo que “[se] virar para comprar um notebook ou um computador servia também para trabalhar de home office” (Entrevistado 30 Bre, sexo masculino, 24 anos, Teresina, 08/09/2022), é uma realidade que ainda precisa ser conhecida, pois o impacto da transição para o trabalho remoto no Brasil desde o início da pandemia foi marcado por “*metamorfoses*” na vida e no trabalho em todos os ramos, setores e atividades laborais, mesmo quando a dimensão física/espacial é diluída por um “fio”.

Além disso, é necessário conhecer como os impactos desse processo nas empresas, em especial aqueles atinentes aos lucros e vantagens aferidas: custo com manutenção da empresa; como e que mecanismos de controle da produtividade são criados para garantir o lucro; que estruturas operacionais foram criadas em curto espaço de tempo para viabilizar o trabalho? Sobre a relação à estrutura operacional que a empresa se apropriou, sem que os trabalhadores tivessem a estrutura adequada para trabalhar em casa. Góes, Martins e Nascimento (2020), salientam que, no Brasil, somente (22,7%) dos trabalhadores tem condições de exercer teletrabalho desde casa, especialmente segmentos dos seguintes grupos: (65%) dos cientistas e intelectuais; (61%) dos administradores e gerentes; (41%) dos técnicos de apoio administrativo; e (30%) dos técnicos e profissionais de nível médio. Ainda segundo, os autores, há uma correlação positiva entre o percentual de teletrabalho e a renda per capita dos estados brasileiros. (GÓES, MARTINS E NASCIMENTO, 2020).

As informações evidenciam indícios de que a maioria dos trabalhadores brasileiros não possuem condições para realizar o trabalho em *home office*, especialmente se consideramos que as parcelas mais precarizadas e mais vulneráveis são os jovens que se quer contam com equipamentos. Por outro lado, acreditamos que, mesmo para aqueles que porventura tenham potencial para o trabalho em *home office*, a forma abrupta como foi adotada, sobretudo, em Teresina no segmento de *call center*, essa forma de trabalhar tem resultado na ampliação e sobreposição do trabalho com outras atividades diárias, sobremaneira de cunho doméstico.

No tópico seguinte segue uma breve exposição de como os jovens trabalhadores entendem o trabalho em sua visão, seus significados em relação aos espaços do *call center*.

4.4.1 Um olhar sobre o trabalho dos jovens por eles mesmos

A realidade explicitada acima, suscita uma série de debates acerca de como os jovens entendem o trabalho que desenvolvem no *call center*, já que a maioria já trabalhou e ainda trabalha nesse setor. Além disso, o objetivo é analisar como se articula o perfil desejado pela empresa, a formação pretendida pela mesma e também os significados destacados pelos sujeitos que compõem a pesquisa, ou seja, discutir como essas variáveis colaboram para a construção dos jovens como trabalhadores.

Ao analisarmos as exigências para ingresso no cargo, identificamos que, para exercer a função de *operador de telemarketing*, é requerido ter habilidade para lidar com informática. Também foi possível entender que as responsabilidades são para prestar atendimento ao cliente, para responder às suas demandas, mas também para os convencer a consumir ou permanecerem com os serviços vendidos pela empresa. Esse movimento pressupõe obter resultados que satisfaçam ambas as partes; agir segundo os valores e normas da empresa e objetivar a excelência na solução de problemas. Essa “esperança” de satisfação mútua, evidencia uma contradição ao trabalho exigido: espera-se que o trabalhador exerça a humanização do atendimento, no que consiste a dar resposta ao cliente, sem prejudicar a empresa.

Contudo, para os jovens o exercício do trabalho possibilita um tipo específico de percepção, inerente ao trabalho exercido no *call center*, que envolve o contato diário com o gestor, com o supervisor e com o cliente e em cada uma dessas relações estabelecidas, exige um modo específico de lidar. Sobre isso, uma jovem participante desse estudo assim afirma:

Meu trabalho é desgastante, é difícil todos os dias, principalmente por causa da gestão dentro da empresa”, “Receber o cliente, resolver seus problemas, dúvidas e fazer com que o mesmo mantenha um bom relacionamento com a empresa” Falta de oportunidade em outros ramos e a necessidade de dinheiro. (Entrevistada 20, Ali, sexo feminino, 26 anos, Teresina. 05/08/2022).

Essas falas evidenciam a tensão, a cobrança por metas e até mesmo assédio moral no trabalho e a falta de oportunidade, o que presume que saber lidar com a hierarquia é um problema presente.

Outro aspecto importante é a referência dos jovens de ser essa a primeira experiência formal de trabalho em uma empresa que conta com uma estrutura organizacional grande e complexa, com padrões e procedimentos definidos. Com essa estrutura, o aspecto medidor de desempenho pela empresa assume um papel significativo para o jovem trabalhador, pois é preciso aprender com um ex-operador que passou a ser supervisor: o cumprimento de metas; a pontualidade no cumprimento da função. Ao ingressar na empresa, o trabalhador já deveria ser

submetido a todo o tipo de precarização, pois do contrário o trabalhador será sujeito as penalidades, notificações, desconto de salário, conforme pode ser identificado neste relato: *“Trabalho por necessidade, preciso ganhar dinheiro e tenho que me submeter a isso, prestar serviço para uma empresa que tem um manual de prejudicar o trabalhador é necessidade mesmo”* (SUJEITO PARTICIPANTE. 30 Bre, sexo masculino, 24 anos, Teresina, 08/09/2022). Esse relato do meu interlocutor denuncia sua angústia quanto a realização do trabalho atual, de não conseguir perceber no trabalho elementos que lhe agreguem um sentido em si mesmo. Pode se notar que o trabalho aqui considerado não traz possibilidade à auto realização.

A contradição da precarização no trabalho, imposta ao jovem trabalhador, pode ser identificada quanto a percepção do trabalho para si: *“Vejo como algo passageiro, mas que trará muito aprendizado”*, (SUJEITO PARTICIPANTE 26, May, sexo feminino, 25 anos, Teresina, 06/08/2022). Uma afirmação que evidencia um desejo de que essa experiência de trabalho seja passageira e que tampouco estar atualmente trabalhando nela foi um projeto de vida, mas a possibilidade encontrada por não conseguir trabalhar em área de formação. Por isso, evidenciou desejar ser preparadora física, mas a necessidade de se manter financeiramente fez-lhe dedicar-se ao trabalho como *operadora de telemarketing*, função que exerce há um ano e dois meses.

Essa realidade foi observada de forma recorrente, seja entre os jovens que já concluíram o ensino superior, seja entre aqueles que o estão cursando, por se constituir como a única oportunidade de trabalho que, apesar de não ter sido algo planejado, “ancorou-se” no trabalho e aprendeu a “aceitar”, mas, ao mesmo tempo, não pensa em construir uma carreira. É importante compreender que as “contradições” relativa ao “aceitar” o trabalho é em razão de que é por meio dele que se constitui como “sujeito que sobrevive do trabalho”, mas ainda assim está distante do que havia sonhado para si. Observado na fala do meu interlocutor: *“acredito quem consegue passar um bom tempo em call center consegue se sair bem em qualquer outra empresa onde se trata com o público e metas.”* (Entrevistada 19, Jaqu, sexo feminino, 25 anos, Teresina, 05/08/2022).

O ponto de partida dos participantes, sob sua experiência, de “aceitar” o trabalho porque foi a partir dele que conquistou algo importante para si, mas, ao mesmo tempo, não fazia parte de seu projeto de vida. Como não se pode pensar numa carreira como assinala a maioria dos meus interlocutores, tentar obter aprendizados inclusive na esfera pessoal por meio do trabalho desenvolvido no atendimento.

Como os mesmos acreditam que o trabalho como *operador de telemarketing* contribui para suas atividades no mundo do trabalho, conforme evidencia as falas dos jovens trabalhadores: “[...] nele aprendi a ser disciplinado, desenvolvi responsabilidades e ganhei experiências” e ainda: “possui mais experiência com a computação, comunicação, interpretação, agilidade, cuidados e outras coisas”. (Entrevistado 21, Dian, sexo masculino, Teresina, 05/08/2022). E ainda: “Contribui em partes porque nele aprendi a ter resiliência, aprendi a resolver rapidamente muitas demandas e aprendi a trabalhar em equipe” (Entrevistada 19, Jaqu, sexo feminino, 25 anos, Teresina, 05/08/2022).

Quando observamos a produção capitalista é, ao mesmo tempo, produção e reprodução social, temos que considerar toda sua engrenagem de condições desta ordem que dialeticamente se relacionam, formando um sistema erguido sobre as mais variadas contradições. Dessa forma, para sua plena manutenção e expansão (lucro, acumulação, reprodução, etc.), a contradição é um requisito fundamental.

Contudo, não podemos perder de vista a dinâmica funcional, como por exemplo, experiência profissional ou emprego temporário, elementos que compõem a atividade de trabalho em *call center*. Em falas dos participantes, o *operador de telemarketing* é algo que observamos esse sistema funcional: “A quantidade de horas (6:20) e o salário (que seria um salário mínimo + alguns benefícios)”. (Entrevistada 27, Lui, sexo feminino, 20 anos, Teresina, 08/08/2022). Também pontua, “O salário e a carga horária de 06:20” (Entrevistada 19, Jaqu, sexo feminino, 25 anos, Teresina, 05/08/2022). As falas dos meus interlocutores chamam a atenção para nossa suposição que os jovens de Teresina encontram no *call center* uma forma de ingressar ao mercado de trabalho, mas não o considera como um projeto desejado de futuro.

Entre as mais variadas formas dessa dinâmica estão também o trabalho emocional produzido nos espaços de *call center*, que abordaremos no tópico que se segue.

4.4.2 O emocional por um fio: trabalho do *operador de telemarketing*

A empresa *ABrasil call center*, nomeação fictícia, instalou-se na cidade de Teresina no ano de 2014, atende cerca de 200 mil chamadas por mês e oferta vagas de empregos para homens, mulheres, negros, LGBTQA+, entre outros segmentos estigmatizados socialmente, por exemplo, transexuais. Em linhas gerais, é percebido que esses grupos possuem maior

dificuldade de ingressarem ou reingressarem no mercado de trabalho formal devido à estigmatização social que estão sujeitos. Nesse sentido, os *call centers* aparentemente surge como um ambiente de acolhimento e respeito da diversidade sexual. A empresa *ABrasil call center* que compõem esse estudo, não encontramos algo que seja especificamente voltado para esses grupos, o que é colocado é mesmo dá oportunidade a essa ampla diversidade.

Além disso, a empresa oferece aos seus trabalhadores salário conforme a média do setor e benefícios, tais como: “vale-transporte, vale-refeição/alimentação, além da opção de receber convenio médico e odontológico,” e jornadas reduzidas de 6 horas, também, existe a oportunidade internas de promoção de função, por exemplo, chegando à função de supervisor. Esses seriam fatores que fazem seus postos bastante atrativos para uma parcela de jovens que busca entrar no mercado de trabalho ou garantir condições para continuar seus estudos (BRAGA, 2012). Para continuar sua sobrevivência.

No entanto, o relato dos sujeitos participantes é significativo ao ressaltar a dificuldade do cotidiano no setor operacional de *call center*, sendo um cotidiano “*muito duro*” um aspecto desejável a esse trabalho emocional, segundo nossos interlocutores relataram. A constante vigilância, as metas rígidas, a prática taylorista de trabalho, o dia a dia de assédios (NOGUEIRA, 2009), são típicas da atividade, exemplo de uma “formalidade precária” (VISSER, 2010), ou seja, um emprego formal precário, o caso do setor de *call center*.

Entretanto, os interlocutores que compõem esse estudo, chama-nos ainda atenção ao dizer sobre como está empregado em um segmento precarizante, ajuda a lidar com a condição cotidiana taylorista e possibilita fintar algumas adversidades corriqueira a um cotidiano de extremo controle, percepção que os interlocutores compartilham com seus colegas de trabalho. Nesse sentido, as empresas de *call center*, tem sido um segmento relevante na admissão desses jovens, a apresentação dos dados anterior na incorporação dos jovens, em sua maioria, em primeiro emprego, salienta essa relação dessa dinâmica com o setor de *call center*.

Como já foi mencionado, o setor do *call center* figura como um dos principais empregadores do mundo do trabalho no Brasil, bem como no município de Teresina e realça aspectos fundamentais do modelo atual de acumulação capitalista, ou seja, a financeirização da mão de obra, que leva a sua contínua mobilização, e sua conformidade com um sistema mais flexível de acumulação expressam-se nos elevados níveis de rotatividade e seus altos níveis de adoecimento (BRAGA, 2012). Intensamente estimulado pelas tecnologias informacionais, o segmento desempenha uma função central na circulação do valor e, logo, na realização da mais-

valia, compreendendo em importante fator econômico frente ao nosso cenário de acumulação, compondo-se em relevante agente econômico face ao contexto de acumulação flexível (ANTUNES, 2018).

Conforme Huws (2013), encontra-se outro elemento pertencente a dinâmica contemporânea nos *call center* que se expressa em conformidade às demandas de fidedignidade do pós-60 e que parece relevante apontar. Sua utilização para “[...] atividades como a venda de passagens aéreas, fornece informações sobre dúvidas com a lista de telefones, realizar transações financeiras, fornecer assistência com problemas de softwares ou lidar com seguros”, por meio de sofisticadas tecnologias informacionais, permitiria uma maior personificação do atendimento ao consumidor, “embora longe do local no qual tais serviços são entregues”. A desterritorialidade da operação do trabalho no setor de *call center*, permitida pelo uso de softwares, remete as ligações a “direcionar o cliente para um operador que responderá na língua correta ou até mesmo com o sotaque regional apropriado, criando assim a ilusão de resposta local, independentemente da localização ou fuso horário real”. Desse modo, “mesmo gatilho digital (o número de telefone do cliente)” passará, em geral, utilizado a fim de, antes mesmo de começar o contato com os clientes, o *operador de telemarketing* ter aquisição a todos os seus dados pessoais, propiciando, desse modo, “uma ilusão de intimidade, além de maximizar a produtividade do operador evitando qualquer perda de tempo em anotar dados desnecessários” (HUWS, 2013, p. 37).

A expressa flexibilidade na carga horária reduzida de jornada de trabalho no setor de *call center* se constituído como um grande atrativo aos jovens que precisam aliar estudos, trabalho, ou outras atividades, como a própria pesquisa apontou. A literatura sobre essa dinâmica do segmento de *telemarketing* é significativa em relatos que expressam esse contento a formalidade que logo se expira quando os mesmos vão sendo confrontado com a realidade rotineira do ambiente de trabalho precarizante dessas empresas.

O discurso da oferta de empregos no setor de *call center* se confronta com a realidade árdua do labor nesse segmento. A isso, segundo Nogueira (2009), “20% dos seus ocupantes manifestam alterações de saúde transitória”. Essas manifestações vão desde lesões do aparelho auditivo, dores musculares em decorrência de mobilidade incômoda “irritações, secura e coceira nos olhos; irritação, secura e congestionamento das vias nasais; secura na garganta, rouquidão, coceira e tosse; irritação, secura, coceira e eritemas na pele; e dores de cabeça,

náuseas e tonturas”, além disso, os problemas em resultantes do uso sucessivo da voz (NOGUEIRA, 2009, p. 129).

Ainda sobre aspecto da saúde mental no espaço de trabalho, são correntes, segundo Nogueira (2009), “alcoolismo, depressão relacionada com o trabalho, stress, neurastenia, fadiga, neurose profissional, etc.”, que podem ser manifestações mais profundas de problemas que se externam na qualidade de vida do dia a dia por “perturbação do sono, incapacidade de relaxar, irritabilidade, choro fácil, sensação de abatimento, e esgotamento; dificuldade de concentração e memória; e agressividade” (NOGUEIRA, 2009, p. 192).

Esses aspectos sobre adoecimento no setor de *call center* podem ser analisados como hipótese de um trabalho emocional nos modos do que Hochschild (2003) aborda. Hipótese está observado nesse estudo. A função da pressão cumprida pelo *script*, a rotina taylorista e repetitiva impõe aos trabalhadores, *operadores de telemarketing* a obrigação de um forte controle das capacidades emocionais, um trabalho emocional em que, para além da pressão aparente, os *operadores de telemarketing* devem saber lidar com possíveis situações de estresse, ou até mesmo agressão que possam ocorrer em meio a esse primeiro contato contratante, lembrando por norma que os operadores são a voz de entrada, o rosto da empresa.

Ainda segundo abordagem de Hochschild (2003), o trabalho emocional é aquele que apresenta três aspectos: I) o contato com o público por uma relação “face a face”, ou “voz a voz”; II) a necessidade de produzir um “estado emocional em outrem”; III) atividades onde, “através de treinamento e supervisão”, se opere “um grau de controle sobre as atividades emocionais dos empregados”. Todos esses aspectos podem ser bem notados na rotina de trabalho da empresa pesquisada, por meio dos relatos dos sujeitos participantes, também, como minha própria experiência de *ex-operador de telemarketing*. Segundo nos relata uma interlocutora, o trabalho “*não é fácil, porque você vai ouvir muita coisa dos clientes*” (Entrevistada 22 Bru, sexo feminino, 25 anos. Teresina, 05/08/2022), e a mesma interlocutora seguiu relatando que essa relação cotidiana “*mexe com seu estado mental, é uma coisa mental*”. A essa relação no trabalho entre controle emocional, supervisão, pressão por metas, os interlocutores participantes do estudo seguem nos ajudando a caracterizar o trabalho enquanto mecânico, e, ao mesmo tempo, emocional.

Aponto ainda através de diálogo com Hochschild (2003), que nesse setor de *call center* o trabalho emocional como descrito recai sobre homens e mulheres “na vida privada e no trabalho”. Entretanto, sua relevância entre os gêneros assume facetas diferentes. O fato é que

as mulheres deterem menos acesso independente a dinheiro, poder, autoridade ou status na sociedade” (HOCHSCHILD, 2003, p. 162-163) as conduzem enquanto alvo principal dessas funções. Essas contribuições, seguindo os passos da literatura exposta até esse tópico, podem nos ajudar a refletir o encontro relevante apresentado entre a dinâmica do setor de *telemarketing* e a entrada significativa dos jovens ao mundo do trabalho, especificamente no *call center*, espaço da nossa pesquisa.

Uma descrição nos ajuda a pensar a relação entre trabalho emocional na função de *telemarketing*, na empresa de *call center*. Transmitir o sorriso na voz, na comunicação com o cliente, evitando que alguns estresses possam se estender em agressões que, comuns, são dirigidas aos *operadores de telemarketing*. Em síntese, segundo nos relata, nossa interlocutora “*Ter empatia, buscar ser a melhor e mais humana possível em cada atendimento*” (Entrevistada 23 Giov, sexo feminino, 21 anos. Teresina, 05/08/2022). Não podendo responder à altura as agressões, parecendo ser melhor para os mesmos afastá-las o quanto possível.

Diante da síntese no relato da nossa interlocutora, fica evidente que se abala a cada constrangido no setor de *call center* não parece ser uma possibilidade viável em uma realidade de trabalho onde o constrangimento é visto como algo comum, como descrevem os sujeitos participantes desse estudo. O antagônico desse trabalho via controle pode denotar intensificação da sua condição de sofrimento, como é evidenciado no relato de um dos sujeitos participantes que nos ajudar a compreender. Segundo nossa interlocutora:

O sistema liga para o cliente várias vezes ao dia, as vezes o cliente liga e muitas vezes vem transferido de outro setor da empresa, nesse dia ele ligou pra reclamar que não estava conseguindo ter acesso a internet. Só que o pacote dele não estava pago e estava vencido. Então, normalmente, uma pessoa que não renovou o plano, a gente sabe o motivo, sabe que constava pra gente “plano vencido”, (...), não tinha nada a ver comigo (...). A gente não pode falar pro cliente que ele não podia solicitar mais internet porque ele tá em débito, a gente falava “Olha, apareceu um problema aqui”. (...) Aí eu fui explicar pro cliente “Olha, senhor, no plano do senhor não consta aqui pra gente a sua data de pagamento”, a gente falava, ou: “consta alguma coisa do financeiro pendente, a gente vai passar o senhor pro setor responsável pra falar pro senhor o que pode ter sido, mas a gente não vai conseguir prestar a assistência pro senhor, a gente vai transferir o senhor pro setor responsável, pro senhor resolver essa situação, aguarde na linha, por gentileza. (Entrevistada 12 Bren, sexo feminino, 27 anos, Teresina, 04/08/2022).

Estando limitada pelo sistema, uma interlocutora tentou contornar a situação de tensão dentro dos limites que sua operação lhe permitia. Entretanto, a negativa da *operadora de telemarketing* em conceder assistência, informando que iria transferir para o setor responsável, fez com o que o cliente ficasse “*puto da vida*”. Desse ponto, como exemplo, seguem inúmeras

agressões verbais, assédios, enquanto se permanecia calma, tentando contorna a situação de constrangimento, como nos relatava. No entanto, nesse cenário é compreendido que não se pode ir muito além das informações contida em sistema e já havia informado quanto ao plano do cliente, a esse momento, muito exaltado, a interlocutora (Entrevistada 12 Bren, sexo feminino, 27 anos, Teresina, 04/08/2022), nos relata uma fala do cliente, que a chamou de: “*inútil, você não sabe trabalha, quero falar com o supervisor*”. Nesse relato, parece que as emoções são sentidas de maneira acentuada, como se ganhassem uma lente de aumento. A intensidade sentida parece advir do fato de que o trabalho do *operador de telemarketing*, de fato, requer claramente um forte envolvimento emocional, considerando que necessita gerenciar a constante cobrança do sistema de metas⁴⁰, diante das limitações operacionais, além disso, deve permanecer com o sorriso na voz, manter-se com o controle emocional.

Constrangida com situação, a interlocutora nos relatou em tentar se manter calma, concentrada para encerrar aquele atendimento quanto antes, pois se prolongar uma ligação como essa, mesmo em situação de assédio, pode levar a cair na monitoria⁴¹ da empresa e explicações precisaram ser dadas. Em suma, condição emocional, percebida em outro relato, segundo a participante interlocutora, “*É um trabalho pra quem tem bastante controle e saúde mental.*” (Entrevistada 15 Val, sexo feminino, 23 anos. Teresina 04/08/2022). Corroboramos com o relato da interlocutora participante, enquanto o pesquisador exerceria a função de *operador de telemarketing*, na própria empresa desse estudo, durante o período de 2015 a 2017, deparava-se com muitas situações como a descrita acima, durante os seus dias de trabalho.

A hipótese de trabalho emocional é amparada pelos relatos dos meus interlocutores, jovens *operadores de telemarketing*, quanto pelas minhas memórias, enquanto tal, como se evidencia em destaque na apresentação. Fica evidente como nos *call centers*, a função exercida pelas tecnologias informacionais, serve enquanto elemento que capta a subjetividade do trabalhador em um trabalho taylorizado como o *telemarketing*, ao mesmo tempo, em que é intenso as condições taylorizantes desse trabalho, aumentando o ritmo, a vigilância, o controle, e sendo subjetivado enquanto autocontrole: “*de humano para robô, dura realidade*”

⁴⁰ Incluindo aqui o tempo médio de atendimento, e a transferência ao setor competente para atendimento definitivo conforme a demanda, quando o primeiro operador não tiver essa função.

⁴¹ No *call center* há muitas formas de controle sobre o trabalho dos *operadores de telemarketing*, toda e qualquer ação realizada por um *operador de telemarketing* é visualizada no monitor do computador do supervisor, inclusive uma empresa que monitora as ligações, auditando as ligações seguindo um *script* de atendimento.

Entrevistada 12, Bren, sexo feminino, 27 anos Teresina, 04/08/2022), como diz a minha interlocutora.

Segundo Zarifian (2001), dessa maneira, as tecnologias informacionais reiteram os meios e não os fins desta relação entre modos produtivos. No entanto, apesar de uma rotina taylorizada de trabalho, estar empregado, pagar as contas, um aspecto percebido nos dizeres da minha interlocutora: *Algo que necessito no momento por questões financeiras*” (Entrevistada 24, Mar, sexo feminino, 24 anos, Teresina, 05/08/202). Ainda assim, cumpre um papel fundamental ao exercício de uma função de *operadores telemarketing* sobretudo precarizada, conforme descrito nos relatos dos sujeitos interlocutores que compõem esse estudo. A seguir, expõe-se as considerações finais deste estudo, retomando-se os aspectos centrais da pesquisa, buscando refletir os resultados encontrados e as possibilidades de caminhos a serem percorridos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao chegar ao final desse trabalho, tem-se a forte sensação de que muito já se tem pesquisado sobre *call centers*, incluindo a articulação com a compreensão acerca de sua dinâmica. Porém, por se tratar de temática que está inserida num contexto de transformação e que também pode ser analisada por vários ângulos, muitos aspectos continuam por ser abordados. Esta pesquisa não tem a pretensão de trazer um olhar necessariamente inédito, porém, deter-se naqueles aspectos não explorados e/ou vistos por outra perspectiva.

O chamado setor do *call center* é marcado atualmente pelo acelerado crescimento e principalmente pela gama de postos de trabalho que oferece. Já citado anteriormente que o segmento de *call center* tem sua relevância no Brasil, bem como, em Teresina. Assim sendo, a compreensão geral do cenário da acumulação flexível, bem como da nova dinâmica instaurada pelo padrão pós-fordista de produção, que conserva traços do modelo fordista e taylorista e inova em relação à forma de organização produtiva, coloca desafios a exploração ao trabalho por um fio, foi a discussão que se insere esta pesquisa. Em síntese, a velha exploração capitalista permanece, porém, agora, com novas *metamorfoses* em condições de maior precariedade, sobretudo, por meio de uso de tecnologias informacionais, programas de *softwares*, ampliando o controle, vigilância sobre os sujeitos participantes, trabalhadores do *call center*.

Neste contexto taylorista, pós-fordista, o trabalhador se localiza em uma situação de trabalho em que sua dimensão subjetiva e física está em xeque, de forma que o capital se apropria dela, reduzindo a autonomia e autocontrole dos jovens trabalhadores que compõem esse estudo. Nesta direção, o capital passa a manipular o trabalhador, agora acometido de um engajamento individualista que, na maior parte dos casos, enfraquece vínculos de solidariedade entre os trabalhadores e precariza identidades sociais, ocasionando as novas “doenças da alma”, no modo flexível de organização do trabalho, dotado de um discurso colaborativo e interrelacional contraditório.

Do mesmo modo, a análise dos dados revela questões como assédio, exigência de metas cada vez mais intensas e aceleradas com o trabalho no *call center*, compõem-se às constantes mudanças do capital financeiro, o parâmetro da flexibilidade e o afrouxamento geral dos vínculos que ligam os indivíduos à sua fonte primordial de integração social, o trabalho.

O trabalhador passa então a se posicionar de forma particular em resposta a este ambiente e formato de trabalho que está inserido e passa a perseguir, garantidamente,

estratégias de enfrentamento e busca por equilíbrio emocional, que pode ser por meio de estratégias defensivas ou estratégias psicossomáticas. Assim, a instabilidade dos empregos e a precariedade presentes na situação de trabalho no setor de *call center* entram como novo fator de desestabilização subjetiva dos jovens trabalhadores, *operadores de telemarketing*, também contribuindo para o adoecimento, para o sofrimento, para a dificuldade de inserção social e enfraquecimento de laços afetivos com seus pares de trabalho.

A realidade empírica do modelo de trabalho no *call center*, que envolve os jovens trabalhadores em um discurso de engajamento estimulado, assedia os sujeitos participantes numa proporção assustadora: os resultados apresentam particularmente um conjunto expressivo de *operadores de telemarketing* que nem sempre ou raramente conscientes para sua situação de trabalho que causa desconforto tanto na dimensão subjetiva, quanto física.

Neste contexto, o *call center* que compõem esse estudo representa uma atividade que modifica o cenário trabalhista do município que a empresa de grande porte está inserida, que não apresentava anteriormente este tipo de segmento de *telemarketing*, criando novos postos de trabalho, modificando o cenário do trabalho e emprego formal precariado, impondo aos jovens interlocutores participantes desse estudo, a submissão ao emprego precário, pouco qualificado, formatando, a superexploração capitalista.

Outro dado relevante dos achados desta pesquisa refere-se à relação que se estabelece entre a divisão sexual do trabalho nos processos de trabalho do *call center*, segmento que se relevou em sua maioria composto por mulheres, processos de trabalho, sobretudo, relacionados as formas de controle do trabalho, organização e as consequências dessas relações de trabalho para as trabalhadoras desse setor. Permite observarmos dois aspectos que estão entrelaçados. Se, por um lado, a divisão sexual do trabalho é uma das formas estruturais de exploração do trabalho no capitalismo. Por outro, as *metamorfoses* ocorridas no mundo do trabalho como a utilização extensiva de novas tecnologias informacionais, a flexibilidade e precarização das relações de trabalho e a fragmentação do trabalho aprofundaram a superexploração dos trabalhadores, sobretudo das mulheres trabalhadoras, em específico, na empresa *ABrasil call center*.

Cabe, criticamente, a divisão sexual do trabalho impôs às mulheres o trabalho reprodutivo e não remunerado como algo essencial da condição feminina, e se sustenta na naturalização de habilidades e qualidades socialmente ensinadas e apreendidas. Esse trabalho exercido pelas mulheres é fundamental para a maximização do lucro, uma vez que o ônus da

reprodução da vida é transferido para as mulheres. O modo de produção capitalista aplicou essa relação também no trabalho assalariado. As mulheres sempre exerceram função fundamental no desenvolvimento de diversas atividades produtivas ao longo da história, porém sempre de forma desvalorizada, observou, a partir desta pesquisa, que o trabalho das mulheres, na função de *operadoras de telemarketing*, é marcado pela superexploração, violação emocional da sua força de trabalho. O entendimento de que há trabalhos e qualidades específicas para mulheres e homens é resultado dessa forma de relação social entre os sexos. A desvalorização do trabalho feminino parte da divisão e hierarquização entre trabalho feminino e masculino, sendo o trabalho feminino considerado menos qualificado e valendo menos e o trabalho masculino mais qualificado e valendo mais. Contudo, para além desse entendimento, homens e mulheres compõem os traços da superexploração, que se expressam na realidade do *call center* que compõem essa pesquisa.

As características mais marcantes do trabalho dos *operadores de telemarketing*, constatado nesse estudo, são uma intensa produtividade e também um significativo controle tanto dos supervisores, quanto do próprio sistema; trabalho de rotina sem oportunidade de tomada de decisão; movimentos repetitivos e postura estática; necessidade de assumir várias tarefas; pressão temporal; falta de reconhecimento e demanda intensa de processamento de informações são algumas características observados na realidade empírica desse segmento de *call center*. Este quadro tem relação direta com a ocorrência de diversas patologias do trabalho, indicadas pela literatura e observadas nesta pesquisa. Buscou-se, assim, compreender o trabalho emocional se relaciona com a função do *operador de telemarketing*, porém não esgotando essa temática.

Muitas pesquisas revelaram as características tayloristas na organização do trabalho de *telemarketing* (VENCO, 2006; OLIVEIRA, 2007; REZENDE, 2007) como, por exemplo, o parcelamento de tarefas, a divisão entre o planejamento e a execução, a prescrição do trabalho e do controle dos tempos e movimentos sendo controlado ainda o conteúdo da fala, entonação.

A *metamorfose* da precarização no mundo do trabalho foi também abordada neste estudo, revelando a insuficiência das condições de trabalho identificadas na organização, estando relacionada com o fato de a empresa investigada ser uma prestadora de serviço.

Destacaram-se outras situações que estiveram presentes no cotidiano destes *operadores de telemarketing*, a começar pela dificuldade de seu reconhecimento tanto no ambiente de trabalho quanto fora dele. Além disso, verificaram-se também como os

interlocutores, jovens trabalhadores, *operadores de telemarketing*, começam a vivenciar em seu trabalho o assédio moral, que passam a causar implicações no emocional, caracterizando as manifestações de medo, angústia e ansiedade.

Por fim, outro ponto que também foi visto nesse estudo, diz respeito, uma série de ataques contra as regulamentações do trabalho, impulsionados pelas premissas ultraneoliberais, investidas essas nas leis que entraram em vigor nos últimos seis anos e que de alguma maneira impactaram no atendimento da empresa estuda. Destaco a contra-reforma trabalhista, a lei de Terceirização, os decretos do governo Bolsonaro.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, H. W. Condição juvenil no Brasil contemporâneo. In H. W. ABRAMO & P. P. M. BRANCO (Orgs.), **Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional** (pp. 37-72). São Paulo: Editora Perseu Abramo/Instituto da Cidadania. 2005
- ALONSO, L. E. **Trabajo y posmodernidad: el empleo débil**. Madrid: Fundamentos Colección Ciência, 2000.
- ALVARENGA, D. Empresas de teleatendimento, alimentos e saúde lideram lista de maiores empregadores do país; veja ranking. **G1**. 24 abr. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2019/04/24/empresas-de-teleatendimento-alimentos-e-saude-lideram-lista-de-maiores-empregadores-do-pais-veja-ranking.ghtml> Acesso em: nov./2023
- ALVES KELLER, Suéllen Bezerra. **A Ascensão do Conservadorismo e o Esgotamento do Projeto Neodesenvolvimentista: Implicações Profissionais ao Serviço Social**. Tese (Doutorado em Serviço Social) – Escola de Humanidades, PUCRS, Porto Alegre, 2019.
- ANATEL. **Relatório anual de 2001**. Disponível em: <https://www.gov.br/anatel/pt-br> Acesso em: nov./2023.
- ANATEL. **Relatório anual de 2021**. Disponível em: <https://www.gov.br/anatel/pt-br> Acesso em: nov./2023.
- ANTON J. **Call Center Management by the Numbers**. Purdue University Press Inc 1997.
- ANTUNES, R. A era da informatização e a época da informalização: riqueza e miséria do trabalho no Brasil. In: ANTUNES, Ricardo (Org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2006. pp. 15-25.
- ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho? ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho**. São Paulo, Cortez, 1995. p-15.
- ANTUNES, R. **Coronavírus: O trabalho sob fogo cruzado**. E-Book. São Paulo, Boitempo, 2020
- ANTUNES, R. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. São Paulo: Boitempo, 2018.
- ANTUNES, R. **Os caminhos da ‘liofilização organizacional’**: as formas diferenciadas da reestruturação produtiva no Brasil. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 28. Caxambu-MG, 2004. *Anais...* Caxambu: ANPOCS, 2004. p. 1-19.
- ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2009.
- ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. 6 ed. SAÕ Paulo: Boitempo. 2002.

ARRAIS NETO, Enéas. FELISMINO, Sandra C. et al. (Orgs). **Trabalho e educação face à crise global do capitalismo**. Fortaleza: LCR, 2002. p. 88-89

ARROIO, Ana e REGNIER, Karla. Mercado de trabalho. **O Novo Mundo do Trabalho: Oportunidades e Desafios para o Presente**. Disponível em: *Boletim Técnico Do Senac*, 27(2), 34-41. Recuperado de <https://www.bts.senac.br/bts/article/view/566> Acessado: 18 Set 2021.

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001, p.195

BARSTED, Leila Linhares. **Legalização e descriminalização do aborto no Brasil: 10 anos de luta feminista**. Revista Estudos Feministas, CIEC/ECO/UFRJ, n. 0, p. 104-130, 1992.

BAUMAN, Z. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2005.

BLANCH, J.M & CANTERA, L. El malestar en el empleo. **Revista de Psicología del Trabajo y las Organizaciones**: v. 25, n. 1, p. 59-70. 2009.

BOCCATO, V. R. C. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. **Rev. Odontol.** Univ. Cidade São Paulo, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006

BONO, Andrea del. Call centres, el trabajo del futuro? El caso de estrategias telefónicas, S. A. (ESTATEL). **Sociología del Trabajo**, Madrid, n. 39, p. 3-31, mar./maio 2000.

BONO, Andrea del; BULLONI, María Noel. Experiencias laborales juveniles – los agentes telefónicos de call centers offshore en Argentina. **Trabajo y Sociedad**, Argentina, v. 9, n. 10, p. 1-21, out. 2008.

BORGES, Livia; YAMAMOTO, Osvaldo. O mundo do Trabalho. In.: ZANELLI, José Carlos. Et al. (Org.). **Psicologia, organizações e Trabalho no Brasil**. 1. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004. p. 24-62.

BORSOI, I.C.F; RUIZ, E.M; SAMPAIO, J.J.C. Trabalho e Identidade em Telefonistas. In: CODO, W; SAMPAIO, J. (Orgs). **Sofrimento psíquico nas organizações: saúde mental e trabalho**. Petrópolis: Vozes, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **"A juventude é apenas uma palavra"**. In: Questões de sociologia. Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.

BRAGA, R. Sob a sombra do precariado. In: HARVEY, D. et al. **Cidades rebeldes: passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo: Boitempo/Carta Maior, 2013.

BRAGA, Ruy. **Uma sociologia da condição proletária contemporânea**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ts/a/R4sc4WRk9Gtfy4jrLTHYvtj/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: jul./2023

BRASIL. Lei n. 13.429, de 31 de março de 2017. Altera dispositivos da Lei n. 6.019, de 3 de janeiro de 1974, que dispõe sobre o trabalho temporário nas empresas urbanas e dá outras

providências; e dispõe sobre as relações de trabalho na empresa de prestação de serviços a terceiros. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília (DF), 31 mar. 2017b. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/113429.htm Acesso em: 15 nov. 2023.

BRASIL. Lei nº 13.415, de 16 de fevereiro de 2017. Altera as Leis nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e 11.494, de 20 de junho 2007, que regulamenta o Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação, a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967; revoga a Lei nº 11.161, de 5 de agosto de 2005; e institui a Política de Fomento à Implementação de Escolas de Ensino Médio em Tempo Integral. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília (DF), 17 fev. 2017. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/113415.htm. Acesso em: 16 nov. 2023

BRASIL. Lei nº 13.467, de 13 de julho de 2017. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, e as Leis nos 6.019, de 3 de janeiro de 1974, 8.036, de 11 de maio de 1990, e 8.212, de 24 de julho de 1991, a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília (DF), 14 jul. 2017a. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/113467.htm Acesso em: 15 nov. 2023

BRASIL. Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997. Que dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília (DF), 17 jul. 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19472.htm Acesso em: 16 nov. 2023

BRASIL. **Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm Acesso em: nov./2023.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho (TST). Secretaria-Geral Judiciária. Coordenadoria de Jurisprudência. **Súmulas**, Orientações Jurisprudenciais (Tribunal Pleno / Órgão Especial, SBDI-I, SBDI-I Transitória, SBDI-II e SDC), Precedentes Normativos [recurso eletrônico] – Brasília: Impressão e acabamento: Coordenação de Serviços Gráficos - CSG/SEG/TJDFT, 2016. Disponível em: <https://www.tst.jus.br/documents/10157/63003/Livro-Internet.pdf> Acesso em: 16 nov. 2023.

BRIDI, Maria Aparecida; BRAGA, Ruy; SANTANA, Marco Aurélio; **Sociologia do Trabalho no Brasil hoje: balanço e perspectivas**. Revista Brasileira de Sociologia | Vol. 06, No. 12 | Jan-Abr/2018 Disponível em: <https://rbs.sbsociologia.com.br/index.php/rbs/article/view/341/197> Acesso em: nov./2023

BUTLER, David L. **Bottom-Line Call Center Management**. Creating a Culture of Accountability and Excellent Customer Service. 1.st ed. Oxford: Elsevier ButterworthHeinemann, 2004. 179 p.

CALADO, C. **Bots Brasil**. O que é um chatbot? 2016 Disponível em: <https://medium.com/botsbrasil/o-que-%C3%A9-um-chatbot-7fa2897eac5d#.2ebh3eaou>. Acesso em: nov./2023

CARRANO, Paulo César Rodrigues. Juventudes: as identidades são múltiplas. **Movimento: Revista da Faculdade de Educação da Universidade Federal Fluminense**, Niterói, n. 1, p. 11-27, mai. 2000.

CASTEL, Robert. **As metamorfoses da questão social**: uma crônica do salário. Petrópolis: Vozes, 1998.

CASTELLS, M. **O poder da Identidade**. Vol. II de A Era da Informação: Economia Sociedade e Cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999b

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer 5ª edição Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

CATANI, Rago, **O que é taylorismo**. Rev. adm. empresa., dez 1985, vol.25, no.4, p.81-82. ISSN 0034-7590. 2. ed. São Paulo, Brasiliense, 1985. 105 p. (Coleção Primeiros Passos, 112).

CAVAIGNAC, M. D. **Relações de trabalho e relações no trabalho na lógica capitalista contemporânea**: um olhar sobre atendentes do call center de uma empresa de telecomunicações. 2010. 325f. Tese (Doutorado). – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, CE, 2010.

CAVALCANTE, Sávio. **Sindicalismo e privatização das telecomunicações**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

CIAMPA, A.C. Identidade. In: LANE, S.T.M; CODO, W. (Orgs.). **Psicologia social: o homem em movimento**. 4a.imp. 13a. ed. São Paulo: Brasiliense, 2004.

COSTA, S. G.; MAZILLI, C.; SCOLARI, C. **Prazer e sofrimento entre os trabalhadores de Call Center**. Psicologia USP. Vol 20. n 4, 2009, p.555-576.

COSTA, T. **Crescimento supera expectativas**. São Paulo: Gazeta Mercantil, ed 1999.

COUTINHO, M. C; KRAWULSKI, E; SOARES, D.H.P. Identidade e trabalho na contemporaneidade: repensando articulações possíveis. **Psicologia & Sociedade**, Florianópolis, ed. Especial, v. 1, p. 29-37. 2007.

D'INCAO, M. A. Mulher e família burguesa. In: PRIORE, M. Del (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 1997, p.223.

DAUNE-RICHARD, A.M. Qualificações e representações sociais. In: Hirata H, Marani, organizadores. As novas fronteiras da desigualdade: **homens e mulheres no mercado de trabalho**. São Paulo: Editora SENAC, 2003. p.65-76.

DELATIM, B. **Trabalho e qualificação nas empresas de call center**.2009 Disponível em: <https://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/terceirosimposio/bruno.pdf> Acesso em: jul./ 2023

- DELPHY. 1981. In: **Rearticulando Gênero e Classe Social**. SAFFIOTI, Heleith I. B. Seminário: Estudos sobre mulher no Brasil – Avaliação e Perspectivas. São Roque-SP: Fundação Carlos Chagas V. 1, Nov/1990.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998. p. 148.
- DIANI, Marco. **Sociedade pós-Industrial**. In: OTHWAITE, William & BOTTOMORE, Tom. (orgs) **Dicionário do pensamento social do século xx** — Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1996.
- DRUCK, G; FRANCO, T. **A terceirização no Brasil: velho e novo fenômeno**. Laboreal, v. 4, n. 2, p. 83-94, 2008.
- FERREIRA, Ana. **Transformações no mercado e o crescente protagonismo feminino**. [S. l.], 15 mar. 2022. Disponível em: <https://www.boomee.com.br/transformacoes-no-mercado-e-protagonismo-feminino/>. Acesso em: 20 jul. 2023.
- FRAISSE, G. Da destinação ao destino. História filosófica da diferença entre os sexos. In: DUBY, G.; PERROT, M. **História das mulheres no ocidente**. Vol. 4: O século XIX. Porto, Portugal: Edições Afrontamento, 1994.
- GALDINO, Ricardo. **A força das mulheres no call center**. [S. l.], 15 set. 2021. Disponível em: <https://jhome.com.br/a-forca-das-mulheres-no-call-center/#:~:text=As%20mulheres%20v%C3%AAm%20dominando%20o,serem%20mais%20cuidadas%20e%20atenciosas>. Acesso em: 20 jul. 2023.
- GILSON, Keith A.; KHANDELWAL, Deepak K. **Getting more from Call Centers** The McKinsey Quarterly, 2005.
- GÓES, Geraldo S.; MARTINS, Felipe S.; NASCIMENTO, José A. S. Nota Técnica: **potencial de teletrabalho na pandemia: um retrato no Brasil e no mundo**. Carta de Conjuntura, n. 47, 2020 Disponível em : https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/conjuntura/200608_nt_cc47_teletrabalho.pdf Acesso em: jun./2023
- GROPPO, Luís Antonio. **Introdução à Sociologia da Juventude**. São Paulo: Paco Editorial, 2017.
- HALL, S. Quem precisa da identidade? In: SILVA, T.T; HALL, S; WOODWARD, K. (Orgs.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 8a. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 2008.
- HIRATA, Helena. **Globalização e divisão sexual do trabalho**. Cadernos Pagu, v. 17, n. 18, p. 139-156, 2001/02. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/PcsfvS6CPpgQRZLRmdTzgxL/?format=pdf> Acesso em: 18 jul. 2023.

HOCHSCHILD, A. R. **The managed heart: commercialization of human feeling**. Londres, Reino Unido: University of California Press Ltd., 2003. pp. 147-163

HUWS, U. Vida, trabalho e valor no século XXI: desfazendo o nó. **CADERNO CRH**, Salvador, v. 27, n. 70, pp.13-30, jan/abr. 2014.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua)**. Trimestre Móvel Dez.- maio 2023. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2023/05/pnad-terceiro-trimestre.pdf> Acesso em: nov./2023

INGRAM, Mary Beth. A Candid Conversation on Call Center Compensation. In: CLEVELAND, Brad; HASH, Susan. (Ed.). **Call Center Agent Motivation and Compensation**. 2 nd ed. Annapolis: Call Center Press, 2004. p. 63-67.

IPEA. **O setor de serviços no Brasil: uma visão global – 1985/95**. Disponível em: www.ipea.gov.br Acesso em: nov./2023

JACQUES, M. da G. C. (1996). Identidade e trabalho: Uma articulação indispensável. In A. Tamaio, J. E. Borges-Andrade & W. Codo (Orgs.). **Trabalho, organizações e cultura** São Paulo: Cooperativa de Autores Associados.

KAISER, Bernard. **O geógrafo e a pesquisa de campo**. Boletim Paulista de Geografia. nº84, Jul 2006; p. 93-103.

KERGOAT, Danièle. **Divisão Sexual do Trabalho e Relações Sociais de Sexo**. In: Trabalho e Cidadania Ativa para as Mulheres: desafios para as Políticas Públicas. São Paulo: Coordenadoria Especial da Mulher, 2003.

KOVACS, Ilona & CASACA, Sara Falcão (2004). **Formas flexíveis de trabalho e emprego no setor das tecnologias de informação e comunicação**. SOCIUS/ISEG-UTIL, 17 p., Maio de 2004.

KREIN, José Dari. O desmonte dos direitos, as novas configurações do trabalho e o esvaziamento da ação coletiva: consequências da reforma trabalhista. **Tempo Social**, Revista de Sociologia da USP, v. 30, n. 1, p. 77-104, 2018.

LEON, Magdalena. Movimiento social de mujeres y paradojas de América Latina. In: LEON, Magdalena (Org.). **Mujeres y participación política**. Avances y desafios en América Latina. Bogotá: Tercer Mundo, 1994.

LEVIN, Greg. Call Center Managers Share Secrets at Human Resources Roundtable. In: CLEVELAND, Brad; HASH, Susan. (Ed.). **Call Center Recruiting and New Hire Training**. 1 nd ed. Annapolis: Call Center Press, 2001. p. 3-8

LIMA FILHO, Irapuan Peixoto. A juventude como estética. **Revista Coletiva**. Nº 17, Set/Dez. 2015.

LÓPEZ-RUIZ, O. **Os executivos das transacionais e o espírito do capitalismo: capital humano e empreendedorismo como valores sociais**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2007.

LOURO, Guacira L. **Gênero, Sexualidade e Educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998

LOURO, Guacira L. **Nas Redes do Conceito de Gênero**. In: LOPES, M.J.M. MEYER, D.E. WALDOW, V.R. (orgs). **Gênero e Saúde**. Porto Alegre/RS: Artes Médicas, 1996.

LUZ, LILA; ABRAMOVAY, M. ; ZURITA, U. . **Juventudes e mercado de trabalho no Brasil**: situação atual e desafios para o futuro. In: Miriam Abramovay, Lila Cristina Xavier Luz. (Org.). **TRAJETORIAS/PRÁTICAS JUVENIS EM TEMPOS DE PANDEMIA DE COVID 19- resultados preliminares**. 1ed. Brasília: FLACSO, 2022, v. 1, p. 110.

MADRUGA, R. **Gestão Moderna de Call Center e Telemarketing**. 2ª ed. Editora Atlas, 2009.

MADRUGA, R. Prefácio. In: VOLPI, Alexandre (Coord.). **Glossário Call Center 2000**: Entendendo a Terminologia Técnica usada no Ambiente das Centrais de Atendimento. São Paulo: Padrão Editorial Ltda, 2000. p 10-12.

MADRUGA, R. **Gestão moderna de Call Center e Telemarketing**. 2ª ed. Editora Atlas, 2009.

MANCINI, L. **Call Center: estratégia para vencer**. São Paulo: Ask, 2001

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. La juventud es más que una palabra. In: ARIOVICH, Laura. **La juventud es más que una palabra**: ensayos sobre cultura y juventud. Buenos Aires: Biblos, 1996. p. 13-30.

MARX, Karl. Divisão do trabalho e manufatura. In: **O capital**. São Paulo: Nova Cultural, 1996. In: **O capital**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.p.453-472.

MENEZES, Mauro de Azevedo. Danos extrapatrimoniais na Lei 13.467/17: O mesquinho cerceio da dignidade. In: SOUTO MAIOR, Jorge Luiz, SEVERO, Valdete Souto (Coordenadores). **Resistência**: aportes teóricos contra o retrocesso trabalhista. São Paulo: Expressão Popular, 2017, p. 203-222.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14ª ed. Rio de Janeiro: Hucitec, 2014. p.408.

NETO, José Borges da Silva. **Call Centers no Brasil: Um Estudo Sobre Emprego, Estratégias e Exportações**. 2005. 224 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2005.

NOGUEIRA, C. M. As trabalhadoras do telemarketing: uma nova divisão sexual do trabalho? In: ANTUNES, R.; BRAGA, R. **Infoproletários: degradação real do trabalho virtual**. São Paulo: Boitempo, 2009. p, 187-212.

OLIVEIRA. S. S. S “**Um olhar sobre a saúde a partir da dimensão gestonária do trabalho: contradições e ambigüidades no telemarketing**” Tese (Doutorado em Ciências na área de Saúde Pública) Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca (ENSP), Rio de Janeiro.2007.

PAIS, José Machado. **Culturas Juvenis**. 2. ed. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 2003.

PAIVA, Kely César Martins de, e DUTRA, Michelle Regina Santana. Valores Organizacionais e Valores do Trabalho: **um estudo com operadores de call center**. In: Cad. EBAPE.BR 15 (1), Mar 2017. Acessado por: <https://doi.org/10.1590/1679-395153725>, em 29 de junho de 2023.

PASTORIZA, F. A. **Privatização na Indústria de Telecomunicações**: Antecedentes e Lições para Caso brasileiro. Rio de Janeiro: BNDES, 1996.

PEPPERS, Don e ROGERS, Martha. **CRM Series Marketing 1 to 1 – um guia executivo para entender e implantar estratégias de Customer Relationship Management**. São Paulo: Peppers and Rogers Group do Brasil, 2000. 1ª ed.

POCHMANN, M. Desafios atuais do sindicalismo brasileiro. En libro: **Sindicatos y Nuevos Movimientos sociales en América Latina**. Enrique de la Garza Toledo (compilador). Coleccion Grupo de Trabajo de CLACSO, Buenos Aires, Ar, 2005. 224 p.

PROBST, Elisiana Renata. **A Evolução da Mulher no Mercado de Trabalho**. Instituto Catarinense de Pós-Graduação — ICPG.

REIS, Mauricio Cortez. “Uma análise da transição dos jovens para o primeiro emprego no Brasil”. **Revista Brasileira de Economia**, v. 69, n. 1, 2015

REZENDE, M. S. “**Atividade de trabalho em Call Center: a mobilização das teleatendentes para compatibilizar saúde, produtividade e qualidade**”. 107 f. (Mestrado em Ciências na área de Saúde Pública) Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca (ENSP), Rio de Janeiro. 2007.

RODRIGUES, L.C. **Banco do Brasil: crise de uma empresa estatal no contexto da reformulação do Estado Brasileiro**. 2001. 608f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Campinas.

ROQUE, Isabel Maria Bonito. A precariedade dos estudantes universitários no universo acadêmico dos Call Centres. **International Journal on Working Conditions**, Porto, n. 6, p. 18-36, jul./dez. 2013.

RUDUIT, S. **Relações interfirmas e emprego: estudo de uma rede de empresas em telecomunicações**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. IFCH/Departamento de Sociologia. Porto Alegre, 2002.

SAFFIOTI, H. A mulher na sociedade de classes: **mito e realidade**. Expressão Popular, São Paulo, 2013.

SAKAMOTO, Kendi. **Como Implementar um Call Center**. São Paulo: Happy Few, 2001

SANTOS, M. (Org.). **Território: Globalização e Fragmentação**. São Paulo: HUTICEC, 2000.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.

SCHINDLER, N. **Os tutores da desordem**: Rituais da cultura juvenil nos primórdios da era moderna. In: LEVI, G., SCHMITT, J. (Org.). *História dos Jovens*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 265-271.

SCOTT, J. **Gender and the politics of history**. New York: Columbia University Press. 1988.

SCOTT, J. Gênero: **uma categoria útil de análise histórica**. *Educação & Realidade*, 20 (2), 71-99, 1995.

SEGNINI, L. Relações de gênero e racionalização do trabalho em serviços de atendimento a distância. In: Salerno (org). **Relação de serviço: produção e avaliação**. pp 152-181. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

SENNETT, R. **A cultura do Novo Capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SILVA, Fábio Pimentel De Maria da Silva. **“Trabalho e emprego no setor de telemarketing”** 2009 (Mestrado em sociologia) USP – São Paulo.

SILVA, L. F. S. C. e MOCELIN, D. G. Satisfação com o emprego em call centers: novas evidências sobre o emprego trampolim. **Rev. Psicol., Organ. Trab.** [online]. 2009, vol.9, n.2, pp. 60-71.

SLONGO, C; SANTOS, M. **TELEMARKETING: uma visão crítica**. Secretariado Executivo Em Revist@, 4(4). 2011.

SMITH, Neil. **Desenvolvimento desigual: natureza, capital e a produção de espaço**. Trad. Eduardo de Almeida Navarro. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988.

SORJ, Bila. **O Feminismo na Encruzilhada da Modernidade e Pós-modernidade**. In: COSTA, Albertina O; BRUSCHINI, Cristina (orgs.). *Uma Questão de Gênero*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1992.

SORJ, Bila. **O Feminismo na Encruzilhada da Modernidade e Pós-modernidade**. In: COSTA, Albertina O; BRUSCHINI, Cristina (orgs.). *Uma Questão de Gênero*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1992.

SRIVASTAVA, S. **Artificial Intelligence: way forward for India**. *JISTEM J.Inf.Syst. Technol. Manag.*, São Paulo, v. 15 Disponível em: <https://www.tecsi.org/jistem/index.php/jistem/article/view/2965/681> Acesso em: nov./2023

VARGA, L. **Após explosão, telemarketing perde fôlego**. Folha online, São Paulo.2003 Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi1407200313.htm> Acesso em: nov./2023

VENCO S. Centrais de atendimento: **a fábrica do século XIX nos serviços do século XXI**. *Revista Brasileira de Saúde Ocupacional*, São Paulo, 31 (114): 7-18, 2006.

VILELA, L. V. O. & ASSUNÇÃO, A. A. Os mecanismos de controle da atividade no setor de tele-atendimento e as queixas de cansaço e esgotamento dos trabalhadores. **Cadernos de Saúde Pública**, 20(4), 1069-1078. 2004

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto**. Temáticas, Campinas, p. 202 - 218, ago/dez 2014.

VISSER, R. G. B. A formalidade precária: os batalhadores do telemarketing. In: SOUZA, J. (Org.). **Os Batalhadores Brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** Belo Horizonte: UFMG, 2010. pp. 61-84.

ZARIFIAN, Philippe. Comunicação e subjetividade nas organizações In: DAVEL, Eduardo; VERGARA, Sylvia Constant (Organizadores). **Gestão com pessoas e Subjetividade**. São Paulo: Atlas, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS JOVENS TRABALHADORES OPERADORES DE TELEMARKETING

Meu nome é Johnne Petterson. Mestrando em Sociologia da Universidade Federal do Piauí – UFPI. Com a pesquisa: **POR UM FIO:** o trabalho de jovens em empresa de call center em Teresina.

A sua identificação será sigilosa, pois se trata de uma pesquisa acadêmica e este questionário é um dos instrumentos que precisamos para levantar informações somente para fins de pesquisa científica. Afirmamos e asseguramos que a sua identidade será totalmente preservada.

Agradecemos sua colaboração.

Email:

Sexo: Masculino (); Feminino (); Transgênero (); Não-binário ();

Idade:

Etnia: Branco (); Pardo (); Negro ();

Estado civil: Solteiro(a) (); Casado(a) (); Companheiro(a) (); Divorciado(a) ();

Se possui filhos?

Sim (); Não ();

Se a resposta for Sim, Quantos?

Qual sua Escolaridade;

() Ensino Médio; () Ensino Médio Técnico; () Ensino Superior Completo;

() Ensino Superior Incompleto; () Pós-graduação Completa;

() Pós-graduação Incompleta;

Continua estudando. O que estuda (curso)?

Há quanto tempo trabalha na empresa?

Este é o seu primeiro emprego?

Se não, cite seu último emprego/atividade, cargo e ramo de atividade.

Em relação ao nível salarial das atividades anteriores, como avalia comparando com a atividade atual?

Espera seguir carreira na empresa?

() Sim; () Não, considero este trabalho como temporário; () Não pretendo seguir carreira;

Desenvolve alguma atividade profissional paralela ao seu trabalho atual?

Se sim, qual atividade?

Cumpre metas? De que tipo?

Em média atende quantas ligações no seu trabalho?

Qual o tempo médio de cada atendimento:

Aponte até quatro alternativas que melhor representam as maiores dificuldades em seu trabalho.

Como a empresa supervisiona seu trabalho? (papel do supervisor; softwares de gerenciamento; relação trabalho/*script*).

É sindicalizado? Participa do sindicato?

() sim; () não;

Se a resposta anterior for Sim, como participa?

() Assembleias e reuniões; () Eleições; () Trabalho Voluntario; () Atividades Culturais;

Se sente satisfeito em seu trabalho atual?

Que motivos lhe levaram a trabalhar no *call center*?

O que é ser atendente?

Como vê seu trabalho?

O que o trabalho significa para você?

O trabalho no *call center* contribui para a construção de sua identidade laboral?

Trabalhar em *call center* contribui para alterações emocionais no dia a dia?

Sente frustração com as ligações mal sucedidas?

Metas e controles rígidos afetam o estado emocional?

O que mais estressa nessa atividade?

A tecnologia disponível favorece a produtividade?

Usar o *script* ajuda ou atrapalha as atividades de comunicação?

Conseguir sair do *script*?

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO APLICADO AO SUPERVISOR

Quais os serviços prestados pela empresa?

Período em que a empresa atual no estado do Piauí?

Quantidade de empregados a empresa possui?

Quantidade de PAs (Posição de Atendimento) a empresa possui?

Quais tipos de atendimentos a oferecidos?

Segmento de serviços oferecidos pela empresa?

Quais critérios utilizados pela empresa para admissão de candidatos?