

## “NÃO SOMOS MÁQUINAS”: PASSADO E PRESENTE DOS TRABALHADORES EM TELEMARKETING<sup>1</sup>

*Antônio de Pádua Bosi*

### 1. Introdução

Embora existam evidências do uso do telefone para fins comerciais desde a década de 1950, a constituição do *telemarketing* ganhou o relevo atual apenas com sua associação às novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), especialmente com a difusão da Internet em meados da década de 1980. No caso do Brasil, a existência do *telemarketing* (incluindo *call centers*) como atividade que mobiliza uma força de trabalho aproximada de 750 mil jovens trabalhadores também é curta, datando da década de 1990. Concorreu para isso, principalmente, um acelerado aumento dos telefones instalados a partir da privatização do setor de telecomunicações. Nesse contexto histórico é que muitos estudos têm sido desenvolvidos com a finalidade de caracterizar a atividade em *telemarketing*.

Grande parte dessa bibliografia geralmente vê, no trabalho em *telemarketing*, possibilidades do ser humano usar e desenvolver sua criatividade, habilidade, inteligência e autonomia (Kugelmass, 1996; Nilles, 1997; Balsan, 2001; Schweitzer, 2003; Maia, 2007). Outra vertente desses estudos foi escrita numa linha de raciocínio crítica que denuncia o caráter precário, repetitivo e pouco criativo dessa ocupação (Venco, 1999; Braga, 2005; Nogueira, 2006; Rosenfield, 2005 e 2007; Costa, 2007). Assim, as abordagens que tentam esclarecer o significado do trabalho em *telemarketing* podem ser sumariadas, grosso modo, em torno dessas duas posições.

Partindo dessa polêmica e de referências fornecidas por empregados da Algar Call Center (ACS)<sup>2</sup>, entrevistados nos anos de 2007 e 2008, pretendo

---

<sup>1</sup> Este artigo é resultado parcial de pesquisa financiada pela Fundação Araucária por meio de Bolsa Produtividade em Pesquisa.

<sup>2</sup> A Algar Call Center tem sede na cidade de Uberlândia/MG e, em 2007, disse possuir 6 mil funcionários.

desenvolver uma hipótese sobre os trabalhadores em *call centers* presente nas reflexões de Ursula Huws:

“Longe de constituir algum novo tipo de saber laboral, antes desconhecido da economia, estes trabalhadores são taylorizados, descendentes sem qualificação profissional dos primeiros trabalhadores de escritório (tais como caixas de banco, vendedores de seguros, recepcionistas e telefonistas), embora tal trabalho (em *call center*) possa existir em diferentes lugares sob diferentes condições de emprego” (Huws, 2003, p.137-138).

Assim, com força de hipótese, tentarei analisar comparativamente as relações de trabalho vivenciadas por trabalhadores que lidam e lidaram com tecnologias de informação e comunicação. Pretendo discutir suas percepções acerca das formas de exploração e organização do seu trabalho, bem como o *sentido* que esses trabalhadores atribuem ao que fazem.

## 2. Abordagens sobre o teletrabalho

A visão positiva sobre o teletrabalho, comumente faz o uso das ferramentas de trabalho, identificadas com *high technology*, coincidir com um suposto desempenho dos trabalhadores caracterizado por larga criatividade, reflexão e autonomia. Tal visão junta a esse argumento a prática de jornadas de trabalho flexíveis (principalmente jornadas *part-time*), interpretadas como promovedoras de condições que possibilitam ao trabalhador “dar o máximo de si” nas atividades que desenvolvem. Na realidade, as empresas e os manuais de *management*, pregam que a maior vantagem proporcionada pelo uso dessas tecnologias concentra-se na diminuição dos custos para o capital, especialmente devido à eliminação do *face to face* das relações de serviços. Este último fator parece habilitar recursos humanos muito diversos para trabalhar atrás de um ramal telefônico ou de um computador. Cito um dentre muitos dos autores que partilham essa visão otimista:

“As pessoas que telefonam para o serviço de vendas por catálogo do JC Penney normalmente são atendidas por representantes que trabalham em casa, fisicamente longe do cliente e da empresa. Um grupo que faz reservas para os hotéis Best Western são detentas de uma prisão feminina no Arizona (EUA). Pequenos negócios podem ter operações espalhadas por uma cidade, porque as telecomunicações permitem evitar os custos de instalações consolidadas. Os apertos de mão ainda são interdigitais, mas os dígitos muito freqüentemente são eletrônicos” (Kugelmass, 1996, p.17).

Também entusiasmados com esse cenário “pós-industrial”, alinham-se

autores que definem formas de trabalho relacionadas à intelectualização da ocupação a partir do conceito de “trabalho imaterial”. Este tipo de interpretação propõe que o “trabalho imaterial” (trabalho em serviços, intelectualizado) teria superado a organização do trabalho de tipo taylorista/fordista, já que os trabalhadores, por pressuposto, estariam no domínio da concepção e execução das atividades relacionadas às suas ocupações. Nesse “novo” arranjo envolvendo o “trabalho imaterial”, caberia ao trabalhador o controle e a tomada de decisões sobre seu próprio trabalho. Cito dois representantes dessa visão:

“Pode-se então avançar na seguinte tese: o ciclo do trabalho imaterial é pré-constituído por uma força de trabalho social e autônoma, capaz de organizar o próprio trabalho e as próprias relações com a empresa” (Lazzarato e Negri, 2001, p.27).

Ainda sob essa abordagem, este novo tipo de trabalho exigiria também uma nova modalidade de trabalhador, cujo perfil seria diametralmente oposto ao do trabalhador com uma trajetória ocupacional ligada a uma única profissão, ou a alguma vocação laboral específica. A senha para esse novo perfil residiria na flexibilidade do trabalhador e no comando de novas tecnologias<sup>3</sup>. Assim, as habilidades requeridas girariam em torno de algum tipo de autonomia exigida para um desenvolvimento eficaz do trabalho e para solucionar rápida e eficientemente todo tipo de problema relacionado a ele. É o que destaca a passagem abaixo, bastante representativa dessa visão:

“Distribuição do tempo de trabalho, autonomia, comprometimento, co-participação, senso de urgência próprio da cooperação, comunicação, (...) diálogo transcultural, reconhecer expectativas dos consumidores, (...) utilização das ferramentas eletrônicas, utilização de novas informações, domínio das tecnologias de comunicação ...” (Balsan, 2001, p.42-43).

Contrariando a literatura anterior, constituiu-se outra abordagem que não se mostra otimista relativamente ao atual impacto dessas tecnologias comunicacionais no mundo dos trabalhadores.

De modo geral, a primeira unanimidade desses estudos indica que a introdução dessas tecnologias no espaço da produção, incluindo aqui as Tecnologias de Informação e Comunicação, intensificou e precarizou o trabalho. A raiz desse raciocínio pode ser encontrada na leitura proposta por Harry Braverman, sobre as novas técnicas e tecnologias de racionalização do trabalho,

---

<sup>3</sup> Uma visão bem abrangente sobre os usos das tecnologias da informação no trabalho e suas repercussões atuais sobre as profissões e ocupações pode ser encontrada em Ursula Huws, principalmente nos capítulos 7 e 10 (HUWS, 2003).

desenvolvidas e aplicadas desde o final da década de 1960, cujos resultados conduziram a uma acentuada “degradação do trabalho” (Braverman, 1987).

Seguindo a sugestão de Braverman, Ruy Braga aprofundou a hipótese de que o trabalho realizado em *telemarketing*, apesar de se basear no manuseio de tecnologia comunicacional, reproduz os pressupostos do taylorismo, mostrando-se como atividade extremamente rotinizada e fragmentada no que se refere ao planejamento e à execução do próprio trabalho. Numa frase síntese,

“com a rotinização taylorista da relação de serviço, a comunicação compreensiva que caracteriza a maior parte das relações sociais tende a ser degradada pela comunicação instrumental” (Braga, 2005, p.7).

De fato, os trabalhadores ocupados em *call centers* comunicam-se diariamente com clientes a partir de roteiros pré-estabelecidos pela empresa, chamados de scripts. Sejam vendedores de alguma mercadoria (denominados “ativos”), sejam atendentes de reclamações ou informações sobre produtos já comprados (denominados de “receptivos”), em tese quase não haveria autonomia para esses trabalhadores realizarem seu próprio trabalho.

No sentido apreendido por Braga, o trabalhador em *call center* estaria submetido a uma relação de trabalho degradada, prevista por técnicas e scripts voltados para uma comunicação instrumental, centrada apenas na venda de mercadoria ou na resolução de problemas originados no circuito cliente-mercadoria. Se para Frederick Taylor a estupidez do homem era uma qualidade básica para o desempenho eficiente de determinados tipos de ocupações, no *telemarketing* “um homem de reações vivas e inteligentes” (Taylor, 1995, p.53) permaneceria inteiramente impróprio para uma tarefa tão monótona. Portanto, a taylorização do teletrabalho consistiria em

“aprisionar a força espiritual do trabalho – e seus conhecimentos práticos – em uma rotina produtiva marcada pela interação do trabalho com as tecnologias informacionais, assim como pela coordenação informacional entre serviços”. (Braga, 2006, p.140-141).

Nesse contexto, qualquer que fosse o sentido do trabalho construído por esses trabalhadores, sua principal característica tenderia a resistência contrária à repetição, seguida pelo absenteísmo, trabalho mal feito e até mesmo sabotagem.

Por outra via de pesquisa, Cinira Rosenfield concorda em caracterizar esse tipo de trabalho como taylorista.

“O trabalho informacional em *call centers* é um trabalho limitado à execução de tarefas mecanizadas, programadas, repetitivas, com alto controle, mesmo que em

um sentido renovado e mais apurado de taylorismo - que contempla um “taylorismo da atividade mental”, em consonância à atividade manual, para adequar-se à realidade do trabalho informacional” (Rosenfield, 2007, p.14).

A par deste raciocínio, se a organização taylorista do trabalho em *call centers* não chegaria a arruinar a autonomia do trabalhador, a prática sistemática do controle e da vigilância sobre o trabalhador faria qualquer traço de autonomia convergir para a eficiência do trabalho. Seria, na formulação da autora, uma “autonomia eventual”, concedida. Ela explica:

“A autonomia é eventual e está, geralmente, associada com a flexibilidade quanto ao tempo, ao horário de trabalho. O teletrabalhador tem autonomia para gerir o tempo, mas, paradoxalmente, não tem controle sobre o seu tempo de trabalho, pois este é determinado pelos ditames do volume de trabalho, ou seja, é preciso sempre responder às demandas de trabalho, sem restrição de tempo ou disponibilidade” (Rosenfield, 2005, p.9).

Essas análises têm o mérito de produzir um forte e crítico contraponto à visão positiva sobre o trabalho em *telemarketing*, apontando de maneira criteriosa as falhas nos raciocínios que concebem as ocupações intelectuais como sendo livres da determinação do capital e de suas formas históricas de exploração e dominação. Admitem que a relação de trabalho em *telemarketing* não escapou à lógica taylorista, e indicam a possibilidade de haver resistência dos trabalhadores contra essa realidade histórica, embora não desenvolvam reflexões sobre esse aspecto. Noutro estudo, Braga concluiu sua análise reconhecendo o vigor do taylorismo e sugerindo o peso deste sobre a experiência constitutiva da classe:

“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. O trabalho subjugado pelo fluxo informacional produz uma determinada experiência classista que, de fato, atesta como nenhum outro a taylorização dos conhecimentos práticos originários da subjetividade do trabalhador coletivo” (Braga, 2006, p.141).

Rosenfield tem mais reserva quanto a afirmar algo sobre a formação da identidade desses trabalhadores. Após constatar que as difíceis condições de trabalho enfrentadas no *telemarketing* conduzem a um rápido quadro de fadiga, esgotamento físico e psicológico, perda da paciência, queda da produtividade e conseqüente saída do *call center* (mesmo que seja para empregar-se em outro), a autora conclui que esse é “um emprego de passagem, pois não é uma carreira que se constrói” (Rosenfield, 2007, p.6). Desenvolvendo esse raciocínio, ela adverte

que um emprego tão provisório tende a produzir uma identidade também provisória.

Essa “condição proletária” dos empregados em *call center*, diagnosticada por tais abordagens críticas, certamente está mais próxima da realidade do que as abordagens que vêem (ou mostram) esse trabalho articulado ao exercício da inteligência e autonomia humanas. Tal proximidade merece ser ressaltada, principalmente porque indica as atualizações da formação social capitalista na organização do trabalho, seja isto compreendido (e apresentado) como expressão de uma “infotaylorização” do trabalho, ou da especificidade de um “capitalismo flexível”. De um modo ou de outro, estamos ainda na zona histórica do “trabalho abstrato”, estruturado em termos de relações de exploração e subordinado ao capital (Marx, 2004), o que não significa dizer que a rotina de trabalho vivida por um teletrabalhador em *call center* possa ser esgotada num desses planos teóricos iniciais. Rosenfield parece ter percebido essa dimensão ao comparar experiências de trabalhadores em *call centers* no Brasil, em Portugal e Cabo Verde. Ao se deparar com determinadas diferenças na constituição, organização e percepção do trabalho entre esses três países, Rosenfield propôs interpretar o trabalhador em presença a partir da vivência de um “paradoxo intransponível entre autonomia e subordinação”. No seu dizer,

“É um trabalho permeado de injunções paradoxais, um trabalho cuja prescrição não coincide com o trabalho real. A hierarquia é conivente com as infrações, pois são convenientes com as vendas, havendo uma indução à desonestidade. Mas, simultaneamente, observa-se o aumento do controle, para garantir a realização do prescrito e o respeito às regras. A exigência de rendimento é incompatível com o tempo que lhe é consagrado, pois há um aumento constante das metas, de maneira que é preciso trabalhar sempre mais, para garantir o mesmo salário variável. O operador se vê obrigado a unificar e homogeneizar um discurso e uma prática contraditórios” (Rosenfield, 2007, p.454).

Sem desconsiderar a questão da autonomia no trabalho em *telemarketing*, muito salientada nas indagações de Rosenfield, o aspecto mais promissor nessa última reflexão citada acima diz respeito ao corte sincrônico proposto e desenvolvido por ela, embora este não tenha sido escolhido como mote principal de sua pesquisa. Assim, a perspectiva comparada de um mesmo ponto ou problema do tempo presente referente ao *telemarketing* no Brasil, em Portugal e Cabo Verde, possibilitou identificar algumas variações sutis (mas importantes) na relação do teletrabalhador com seu trabalho. Nesse sentido, a autora notou que em Portugal, as condições de trabalho (pausas, ruídos, instalações etc.) não são tão ruins quanto no Brasil e Cabo Verde. A permanência na ocupação também se revelou maior em Portugal do que nos dois outros países, embora a “escolha”

por esse trabalho acontecesse marcada por reduzidas possibilidades de inserção noutros empregos considerados melhores. Enfim, tais análises ajudam a relativizar a visão de que as características gerais definidoras deste trabalho (repetitivo, estressante e monótono), e deste emprego (precário ou em vias de precarização), operam como determinações exclusivas sobre as expectativas de permanência ou provisoriidade que os trabalhadores projetam sobre o *telemarketing*.

Como disse, sem descer a um nível mais profundo de detalhamento, o método comparativo numa escala sincrônica tem força para tornar mais ricas as abordagens sobre o trabalho em *telemarketing*.

Sabendo que essa ocupação não pode ser tratada e mostrada como sendo homogênea, caberia avaliá-la numa perspectiva histórica comparada que também seja diacrônica, e corte na direção tanto do passado quanto do presente, de maneira a conferir ainda mais relevo às formas de realização e percepção do trabalho em *telemarketing*. Aqui, novamente, a valorização da experiência do trabalho vivida pelos trabalhadores entrevistados servirá como um poderoso articulador das perspectivas teóricas envolvidas nessa discussão, reconhecendo-as e fazendo-as ir um pouco mais adiante.

### 3. História comparada: passado e presente

Algumas das principais dimensões das recentes mudanças no mundo do trabalho têm sido capturadas para estudo a partir de formas de organização do trabalho que envolvem novas tecnologias de produção, externalização de funções produtivas, sub-contratação, jornadas *part-time* e contratos temporários. Geralmente essas características estão presentes na ocupação em *call center*.

Assim, um *call center* pode ser definido como uma empresa terceirizada que exerce funções que outras empresas externalizaram com a finalidade de baixar custos de produção. Foi nesse contexto, por exemplo, que a TAM (empresa de aviação) contratou a Algar Call Center Service (ACS) para vender passagens por meio de telefone e fornecer informações aos seus clientes. Além disso, os trabalhadores que atendem às ligações dos consumidores da TAM são sub-contratados, isto é, trabalham para a TAM, mas são empregados e pagos pela ACS. Assim como a relação entre um *call center* e uma empresa que o contrata é temporária, podendo ou não ser renovada, os contratos de trabalho no *telemarketing* também o são, o que nos permite afirmar que a “formalidade” presente nas relações de trabalho de um *call center* é aparente, já que ela mesma é extremamente precária, frágil e efêmera. Caso uma empresa rompa um contrato com o *call center*, todos os trabalhadores até então empregados perdem essa condição ou,

na melhor hipótese, são chamados para colaborar noutra projeto<sup>4</sup>. Portanto, a atividade em *call center* já nasceu marcada pelos principais signos das recentes mudanças no mundo do trabalho: pode ser considerada flexível e precária.

Por outro lado, como analisado anteriormente, essa ocupação tem muitos de seus componentes identificados ao taylorismo, particularmente no que se refere à prescrição do trabalho e a restritíssima margem de autonomia do teletrabalhador. Interpretada pelas lentes dos paradigmas organizadores do trabalho – taylorismo, fordismo, toyotismo –, a ocupação em *call center* oscilaria entre tais “domínios”, o que me leva a considerar como relevante a ideia de Michael Burawoy sobre a existência de diferentes “regimes” de organização do trabalho definidos à luz da dinâmica da luta de classes. Sem a intenção de concordar com todos os seus raciocínios e argumentos (principalmente porque Burawoy não estende suas análises para o trabalho em serviços), julgo importante sua afirmação de que o “despotismo de mercado”, pensado por Marx no contexto do capitalismo inglês do século XIX, não se tornou hegemônico como uma “política que organiza a produção” (Burawoy, 1990, p.88-102). Antes, foi um dentre diversos regimes existentes e praticados na organização do trabalho, muitas vezes desenvolvidos sob a pressão do Estado (legislação trabalhista, aparelhos de repressão etc.), dos mercados internos de trabalho considerados no âmbito das próprias fábricas, dos diferentes sistemas de barganha entre trabalhadores e patrões e, enfim, dos contextos dinamizados a partir das relações de forças das classes em luta (Burawoy, 1990, p.122-155). A partir dessa reflexão, é viável pensar que tais regimes podem articular diferentes repertórios de organização do trabalho, combinando, mesmo que isto possa parecer contraditório no plano teórico, formas flexíveis e tayloristas ao mesmo tempo.

De modo análogo, podemos pensar a organização do trabalho em serviços nos *call centers* em termos mais históricos do que modelares, admitindo a observação de David Harvey sobre a difícil hegemonia das formas de produção no contexto atual do capitalismo:

“As tecnologias e formas organizacionais flexíveis não se tornaram hegemônicas em toda parte – mas o fordismo que as precedeu também não. A atual conjuntura se caracteriza por uma combinação da produção fordista altamente eficiente (com frequência nuançada pela tecnologia e pelo produto flexível) em alguns setores e regiões (como os carros nos EUA, no Japão ou na Coreia do Sul) e de sistemas de produção mais tradicionais (como os de Singapura, Taiwan ou Hong Kong) que se

---

<sup>4</sup> Os trabalhadores do *call center* investigado são chamados de colaboradores, denominação que busca expressar um envolvimento mais estreito entre empregado e empresa. Todos os contratos entre uma determinada empresa e o *call center* são chamados de Projetos. Assim, quando um contrato é rompido, significa o fim de um projeto.

apóiam em relações de trabalho ‘artesaniais’, paternalistas ou patriarcais (familiares) que implicam em mecanismos bem distintos de controle de trabalho. Esses últimos sistemas sem dúvida cresceram (mesmo nos países capitalistas avançados) a partir de 1970, muitas vezes às custas da linha de produção fordista” (Harvey, 1992, p.179).

Em apertado resumo, as interpretações até aqui analisadas remetem, em alguma medida, para um tipo de arranjo predominante no âmbito da organização do trabalho, sintetizado pela sobreposição da mais-valia relativa à absoluta. É dessa forma que podemos compreender a utilização desses novos meios de produção (tecnologias de informação e comunicação empregadas em *call centers*), como tentativa de subordinar os trabalhadores e pressionar constantemente a diminuição dos custos da produção (Dias, 1998). E na dobra desses raciocínios está posto que a compreensão sobre a organização do trabalho requer esforço histórico que seja mediado por possibilidades constantes de enxergar as constituições dos processos que buscamos explicar, tais como o trabalho em serviços.

Nesse mesmo sentido, como fez notar Ursula Huws, se a introdução das tecnologias da informação e da comunicação tem aprofundado e diversificado a divisão do trabalho existente tanto da produção quanto na prestação de serviços (a externalização de atividades, por exemplo), a base das mudanças acontecidas ainda reside em algum tipo de relação do trabalho com o capital (Huws, 2003, p.161-164). A questão torna-se então localizar tais mudanças e suas trajetórias, buscando nestas, prováveis laços históricos que permitam explicá-las como relações de exploração capitalistas; reformadas, reinventadas, reestruturadas, mas históricas. A começar pelas relações de trabalho vividas pelas primeiras pessoas que trabalharam com tecnologias da comunicação e informação: as telefonistas e vendedoras por telefone.

O aumento do número dessas trabalhadoras possibilitado pelo uso do telefone precisa ser realçado como uma mudança significativa na organização desse tipo de trabalho. A progressiva utilização do telefone, permitida por sua disseminação entre camadas cada vez mais amplas da população, tornou viável e, em alguma medida, estimulou o desenvolvimento de relações comerciais que prescindiram da tradicional relação *face to face*, o que não significou a ausência ou o fim de relações sociais estruturantes da realidade. Neste caso, as relações sociais passaram a ser mediadas por novas tecnologias, cujas repercussões ligadas à organização do trabalho serão discutidas. No caso do Brasil, justaposta à transformação do telefone em meio de produção, a constituição de uma força de trabalho barata tornou o *telemarketing* um negócio extremamente lucrativo. Examinemos isso mais de perto.

### 3.1. O telemarketing no Brasil

A evolução do uso do telefone pode ser observada a partir dos dados referentes a diversos países, no período de 1950 até 1970, organizados na tabela 1. Analisando tais dados, observa-se que o crescimento de telefones instalados no Brasil foi dos mais tímidos. Apenas dobrou em vinte anos.

Tabela 1 - Série Histórica de Telefones Instalados (1950-1970)

Países	Aparelhos Telefônicos Instalados		
	1950	1960	1970
E.U.A.	74.342.000	93.659.000	120.218.000
Japão	5.527.000	13.999.000	26.233.000
Inglaterra	8.208.000	10.621.000	14.967.000
Canadá	5.433.000	7.440.000	9.751.000
Itália	3.655.000	5.981.000	9.369.000
França	4.358.000	6.117.000	8.774.000
Espanha	1.779.000	2.772.000	4.569.000
Suécia	2.637.000	3.387.000	4.307.000
Brasil	1.023.000	1.320.000	2.001.000
Argentina	1.296.000	1.498.000	1.748.000
México	523.000	1.009.000	1.262.000

Fonte: ONU. *Statistical Yearbook*, 1964, 1969, 1971. In *Encyclopedia Britannica*. v. 13, São Paulo:Encyclopedia Britannica Ed., 1975, p.185. Organização do autor.

Se comparada à taxa de crescimento populacional durante o mesmo período, o aumento do número de telefones se mostraria ainda mais raquítico. Este fator ajuda a explicar o uso relativamente tardio para operações de *telemarketing*. Foi apenas em meados da década de 1990 que as atividades de *telemarketing* progrediram de maneira acentuada, escoradas, principalmente, na privatização da telefonia, que elevou o número de aparelhos instalados no mesmo ritmo que robusteceu as tarifas cobradas. Além disso, contribuiu também o desenvolvimento de legislação específica de proteção aos negócios feitos por telefone e uma tecnologia de informação e comunicação que exigia pouca qualificação para esse trabalho. Este último fator envolveu a comercialização da internet no país, possibilitada pela iniciativa do Estado brasileiro por volta de 1995. Outras tecnologias juntaram-se a esse arsenal de modo a tornar a informação e comunicação instrumentos cada vez mais úteis como meios de produção. Jeremy Rifkin, analisando esse processo em meados da década de 1980, falou em “recentes

inovações tecnológicas, incluindo a fibra ótica, a rede a cabo, a transmissão digital e as comunicações por satélite” dentre outras mudanças (Rifkin, 2004, p.142).

Amparadas nesse contexto, as atividades em *telemarketing* e a contratação de teletrabalhadores aumentaram nitidamente a partir de 1996. Entre 1995 e 2007, foram contratados aproximadamente 679 mil trabalhadores, perfazendo um aumento de 963%. A evolução desse crescimento ano a ano pode ser visualizada na tabela 2. Analisando os dados dessa tabela, percebe-se que ao longo de 13 anos encontramos apenas 4 números abaixo de dois dígitos.

Tabela 2 – Evolução do Emprego em Telesserviços

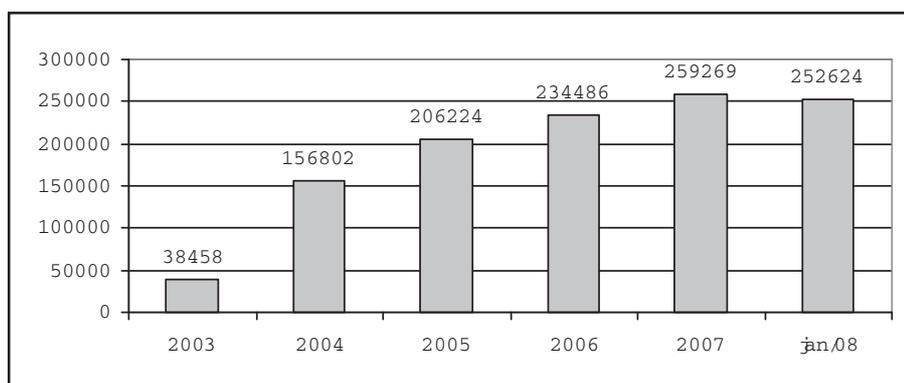
Ano	Nº de Postos de Trabalho	Evolução	%
1995	70.500	-	-
1996	99.300	28.800	40,85
1997	139.800	40.500	40,78
1998	259.000	119.200	85,26
1999	370.000	111.000	42,85
2000	400.000	30.000	8,1
2001	450.000	50.000	12,5
2002	465.000	15.000	3,33
2003	500.000	35.000	7,52
2004	550.000	50.000	10
2005	615.000	65.000	11,81
2006	675.000	60.000	9,75
2007	750.000	75.000	11,11
1995-2007	750.000	679.500	963,82

Fonte: Associação Brasileira de Telesserviços (ABT).

<<http://www.abt.org.br/>>. Acesso em 25 fev. 2008. Organização do autor.

Cabe acrescentar que tal crescimento deu-se de maneira concentradora. Dados de 2005 indicam que 50% das empresas de *call center* possuíam mais de 100 pontos de atendimento (PA) cada, sendo que 25,4% possuíam mais de 500 pontos de atendimento. Considerando dados mais recentes, é possível identificar a continuidade dessa concentração dos postos de trabalho nas 20 maiores *call centers* do país. É o que mostra o Gráfico 1, que sumaria informações do período de 2003 até janeiro de 2008.

Gráfico – Evolução do nº de operadores nas 20 maiores *Call Centers*/ Brasil



Fonte: < <http://www.callcenter.if.br/> >. Acesso em 30 jan. 2008. Organização do autor.

O faturamento dessas empresas também é notável. A Associação Brasileira de Marketing Direto divulgou em 2008, que a receita gerada pelo setor durante o ano de 2007 alcançou 17,4 milhões de reais, aproximadamente 0,68% do Produto Interno Brasileiro (PIB), o que representou um crescimento de 15,2% em relação ao ano de 2006. Desse valor, o faturamento realizado pelos *call centers* no ano de 2007 foi de 6,1 milhões de reais, o que representou um crescimento de 17% sobre o faturamento de 2006. Portanto, se o setor de Marketing direto tem sido um dos mais rentáveis no país, o faturamento conseguido por *call centers* é o mais representativo desse setor.

A vantagem da realização do marketing por telefone e internet (o que inclui atividades de divulgação, vendas e suporte a clientes) reside nos baixos custos desses meios de produção, associados a uma força de trabalho relativamente barata. É nesse quadro que ganham relevo os *call centers*. Na forma de empresas que prestam serviços bastante padronizados, eles têm avançado sobre o *telemarketing in-house* (empresas que possuem seu próprio setor de *telemarketing*), numa tendência que tem se mostrado ascendente. Portanto, a decisão de diversas empresas em transferir seus Serviços de Atendimento ao Cliente (SAC), por exemplo, para *call centers*, não parece orientar-se pela busca de qualidade, mas pelos baixos custos dos serviços vendidos por esses últimos, difíceis de serem superados.

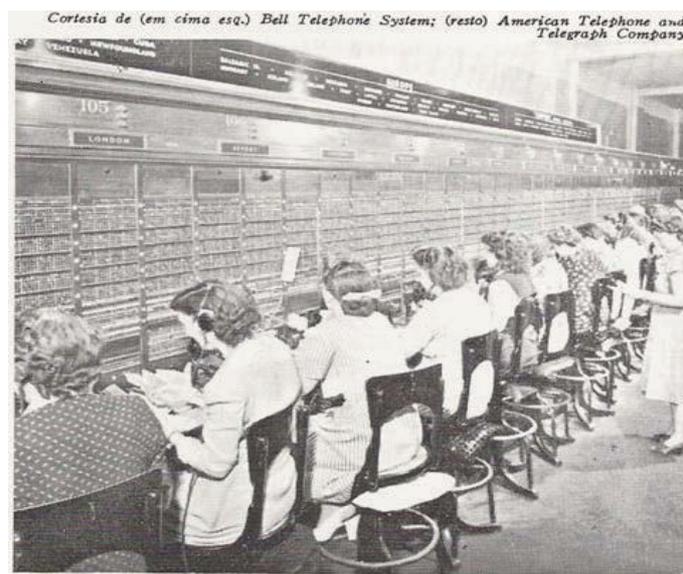
Assim, se a externalização de funções produtivas tem sido assumida como um poderoso organizador desses serviços, cabe investigar as formas concretas e *históricas* de exploração sobre o trabalho, para além de sua capacidade em permitir determinada *flexibilidade* para a articulação de tais formas.

### 3.2. Telefonistas e vendedores por telefone

Já foi dito que o uso do telefone para finalidades comerciais data da década de 1950. Porém, o trabalho com telefone é anterior e começou com a disseminação da própria telefonia. Há registros de que as primeiras centrais telefônicas iniciaram suas atividades na década de 1880, e rapidamente se tornaram uma ocupação basicamente feminina devido ao suposto comportamento mais delicado e atencioso no atendimento dos assinantes.

No que se refere ao paralelo histórico de maior interesse, o trabalho das telefonistas era e tendia a ser bastante intenso. Isso se confirmou por volta do início do século XX, quando as centrais telefônicas se multiplicaram visivelmente. Cada telefonista chegava a fazer mais de 200 conexões por hora, numa média de 3 conexões por minuto. A cada ligação feita, a telefonista precisava conversar com o assinante e registrar atentamente o número do telefone procurado para efetuar a conexão solicitada. Isto se transformou numa tarefa extremamente rotinizada e repetitiva, pois ouvido o número a ser conectado a telefonista apenas introduzia o cabo no receptor apropriado. Até que essa operação se tornasse automática, reduzindo o número de telefonistas empregadas, essa força de trabalho foi bastante numerosa e assemelhada aos atuais trabalhadores em *call centers* no que se refere à organização do trabalho. Um retrato de uma central telefônica estadunidense sendo operada na década de 1950 oferece alguns dos principais traços constitutivos da disciplina do trabalho em *call centers*.

#### Imagem 1



Fonte:  
In. Encyclopedia  
Britannica. V. 13, São  
Paulo: Encyclopedia  
Britannica Editores,  
1975, p. 182.

Note que a força de trabalho é feminina, tal como a maior parcela dos trabalhadores empregados hoje em *call centers*. A disposição espacial dessas trabalhadoras também respeita rigorosamente os meios de produção, constituídos de um painel onde as conexões deviam ser efetuadas. O fone de ouvido (*head set*) ficava preso por um fio curto, permitindo que as telefonistas ouvissem os pedidos de conexões, mas, ao mesmo tempo, impedindo separações e distanciamentos da área de trabalho que não fossem autorizados. A presença da supervisora, posicionada às costas das telefonistas, observando todas as operações, era uma forma de garantir maior eficiência e rapidez no trabalho executado. Em síntese, o primeiro paralelo histórico indica que a experiência na organização do trabalho das telefonistas era claramente taylorista, e informou muitos procedimentos de controle existentes no funcionamento das *call centers*.

A esse respeito, uma telefonista estadunidense empregada numa companhia telefônica no estado do Illinois, entrevistada por Studs Terkel no final da década de 1960, ofereceu uma rica e esclarecedora narrativa acerca de seu trabalho, acrescentando cores ao retrato registrado acima. Heather Lamb, 18 anos à época, descreveu seu trabalho da seguinte forma:

“É uma atmosfera estranha. Você está numa sala do tamanho de um ginásio, falando com pessoas a milhares de milhas de distância. Você entra em contato com no mínimo trinta e cinco pessoas por hora. Você não pode trocar nenhuma idéia com elas. Elas não podem saber quem é você e nunca saberão. Você se sente invisível. Eles colocam uma moeda no telefone e deixam você. (...) Há sete ou oito frases que você usa e é isto: ‘Bom dia, posso ajudá-lo?’; ‘Telefonista, posso ajudá-lo?’; ‘Boa tarde’; ‘Boa noite’; ‘Qual número você deseja?’; ‘Você poderia repetir isto novamente?’; ‘Eu tenho uma chamada à cobrar para você. Você aceita?’; ‘Isto custará 1 dólar e vinte centavos’; ‘É tudo que eu posso dizer’”. (Terkel, 2004, p.36).

Heather Lamb aponta que há pouco menos de 40 anos atrás, um dos principais traços do trabalho em *call centers* já constituía a rotina das telefonistas. Sua tarefa era prevista e registrada num script que sintetizava os protocolos a serem empregados nos diálogos entre atendente e assinante. Isto possibilitava também a padronização da produtividade mínima, calculada em torno de 35 chamadas por hora, quase duas chamadas por minuto. Era daquele modo que a rotina de um trabalho considerado tipicamente intelectual podia ser planejada e organizada sem, contudo, aliviar as telefonistas da exaustão física. Sobre isto, Heather ressalta que “seus braços realmente não ficam cansados, mas sua boca fica. Isto é estranho, mas você fica cansada de falar, porque você fala constantemente por seis horas sem um intervalo” (Terkel, 2004, p.37).

Essas mesmas características também estavam presentes na atividade de trabalhadoras em *telemarketing* que vendiam assinaturas de um jornal de Chicago

sob o pretexto de ajudarem numa campanha voltada para crianças cegas. Uma dessas trabalhadoras foi entrevistada por Studs Terkel, também no final da década de 1960. Enid De Bois disse que trabalhava ao lado de mais 29 teletrabalhadoras distribuídas numa grande sala de um prédio comercial. Na entrevista, ressaltou o script que devia ser seguido no contato com os compradores:

“Nós não temos que pensar no que dizer. Eles têm tudo isso escrito para nós. Você tem um cartão. Você tem que chamar todo mundo que está no cartão. Você tem cerca de quinze cartões com o telefone, endereço e nome das pessoas. ‘Aqui é a Sra. Dubois. Eu posso ter um momento de seu tempo? Nós estamos perguntando se você agora está assinando algum jornal. Se você assinar nosso jornal apenas por três meses será por uma causa digna. Para ajudar crianças cegas (ou a Cruzada da Misericórdia). Depois de um período de três meses, se você não desejar mais permanecer com ela, você pode cancelar a assinatura. Mas você terá ajudado muito. As crianças precisam de você” (Terkel, 2004, p.94-95).

Comparado ao teletrabalho de hoje, o cartão que Enid utilizava foi substituído por uma lista virtual contendo nomes e números de telefones que atualmente são acessados na tela do computador pelos trabalhadores de *call centers*. A “discagem”, muitas vezes se tornou automática, mas o princípio do trabalho previsto e repetitivo permaneceu de pé. O cartão também servia para “registrar” a produtividade dos trabalhadores. O salário recebido por Enid podia ser multiplicado por até duas vezes caso as vendedoras conseguissem superar as metas estabelecidas para os pedidos. A meta era de 10 pedidos por dia. Assim, o salário aumentava se as vendedoras ultrapassassem este patamar, fato que exigia um esforço sempre intenso em função de duas variáveis que interferiam nesse processo: os adicionais por produtividade mudavam conforme o bairro (se de classe média ou de classe baixa), e os pedidos feitos por telefone nem sempre eram confirmados pelos clientes. Além desses ganhos, todas as colegas de Enid eram fiscalizadas por um único supervisor cujo papel era desempenhado à moda de um feitor, pressionando todos em geral e cada moça em particular para que o trabalho fosse realizado. Percorrendo constantemente todo o escritório, ele lembrava, aos gritos, o sentido do trabalho ali realizado: “Vocês todas, vamos conseguir mais pedidos! O que é que vocês pensam que isto aqui é?” (Terkel, 2004, p.95).

Avançando 10 anos relativamente aos entrevistados de Terkel, encontramos registros sobre o trabalho de telefonistas francesas anotados por Dominique Dessors, feitos no final da década de 1980, e analisados por Christophe Dejours. As narrativas dessas trabalhadoras assemelham-se muito com o que já identificamos nas décadas de 1950 e 1960:

“O trabalho é completamente falso. Quando falamos, é o PTT (Serviço de Correios, Telégrafos e Telefonia na França) que fala. (...) As frases que a gente tem falar são: ‘496, informações’; não podemos dizer ‘bom dia’. ‘O que o Sr. deseja?’. Não podemos dizer, por exemplo, ‘o que o Sr. quer?’. (...) Em seguida é preciso guardar a informação e procurá-la nas microfichas. Por último, devemos dar a informação sob a forma de ‘resposta’, na linguagem codificada do PTT. (...) Não temos o direito de desligar. É o assinante que deve desligar primeiro. Assim, não temos nenhum poder sobre o interlocutor” (Dejours, 1992, p.97-98).

Além da existência de um script a ser seguido pelas telefonistas francesas, há outras evidências de que o controle sobre o trabalho delas também revela características tayloristas:

“Não sabemos quantas chamadas vamos receber, e uma vem em seguida a anterior. (...) Não temos o direito de fazer mais de três fichas (quer dizer, é proibido fazer mais de três consultas para dar a resposta a uma pergunta). (...) Ficamos ligadas ao posto de trabalho por um equipamento munido de um fio bem curto. Ficamos amarradas, pois se a gente se vira é detida pela extensão do fio” (Dejours, 1992, p.98-99).

Essas relações de trabalho examinadas aqui em perspectiva histórica concentraram-se em torno do telefone como meio de produção, e muitos de seus traços constitutivos guardam estreita distância com a atual organização do trabalho em *telemarketing*. A rotina do trabalho é prevista e marcada pelo controle externo e por pouca autonomia, por exemplo. A insatisfação, velho tema da Sociologia Industrial, também é salientada, mas emerge menos como reclamação e mais como denúncia de um trabalho capturado, confinado e limitado. Este é um importante tema a ser discutido com os trabalhadores em *call center*. Assim, a distância que nos separa dos julgamentos de Heather Lamb, Enid de Bois e das telefonistas francesas entrevistadas por Dessors sobre o que faziam, permite comparar tais juízos com a realidade percebida pelos trabalhadores que lidam com tecnologias de comunicação e informação na atualidade.

### 3.3. Trabalhadores em *call centers*: o significado do trabalho

Luciana Soares tinha vinte e um anos em janeiro de 2008, quando foi entrevistada. Trabalhava para a Algar Call Center Service (ACS), em Uberlândia/MG. Ela estava entre os 6,7 mil teletrabalhadores que davam vida a ACS. Porém, aquela realidade nem sempre fora comum para Luciana. Ela se mudara de uma pequena cidade para Uberlândia esperando cursar odontologia numa universidade pública. Isto acontecera cinco anos atrás. Os pais a mantiveram durante muito

tempo, mas ela não conseguiu o que queria. Já estava no 3º ano de Geografia na Universidade Católica e começara a trabalhar na ACS, refazendo suas expectativas. Foi seu primeiro emprego.

Chegou até lá levada por um amigo de república, Júlio, que a indicou para um multiplicador conhecido seu. Os multiplicadores têm a função de preparar novos trabalhadores para o *call center*, treinando-os para desempenhar determinada tarefa para uma empresa que contrata a ACS. Foi o que aconteceu com Luciana. Tornou-se funcionária a serviço do Cartão de Crédito American Express, uma teletrabalhadora “receptiva”, pois “recebia” ligações solicitando esclarecimentos sobre o funcionamento do cartão. Ela acessava as informações pelo computador a sua frente, navegava em busca da solução e concluía seu trabalho dizendo com um “sorriso na voz”: “deseja mais alguma coisa senhor?; a América Express agradece; tenha um bom dia”. Durante uma semana aprendeu sobre o cartão, sua hierarquia, os tipos de renda que se encaixavam neles, a verificação do saldo, compras, pontuação, enfim, um universo que deveria dominar como se tivesse ajudado a criar aquelas regras. No mais, recebeu treinamento sobre respostas padronizadas, além de técnicas de relacionamento com o cliente tais como a de “acalmá-lo pelo tom de voz”.

Como receptiva trabalhava seis horas diárias interrompidas por um intervalo de 15 minutos. No final de 2007, uma Norma Regulamentadora do Ministério do Trabalho e do Emprego estabeleceu três intervalos, sendo um de 20 minutos e dois de 10 minutos cada. Não soube explicar a razão de tal mudança. Achou que foi devido às “reclamações” dos trabalhadores. Conteí a ela que não estava de todo errada, mas que as reclamações extrapolavam a ACS e partiram de todo o país, obrigando o Estado a aprovar uma lei que prolongasse o intervalo (BRASIL, 2007). Como receptiva, sua remuneração era fixa e correspondia a pouco mais do que um salário mínimo. Descontados o plano de saúde, vale-transporte e vale-alimentação, o valor recebido era bastante inferior ao salário mínimo nacional. Quando Luciana tornou-se “ativa”, o salário foi acrescido de ganhos por produtividade, mas a pressão sobre ela também aumentou. Foi quando ela começou a falar sobre o seu trabalho e como se sentia em relação a ele.

“A gente liga, começa às nove horas, às oito e meia na verdade, mas a gente começa a ligar as nove, e a gente pega muita gente assim, mal educada, estressada que logo de manhã já tem que atender um telefonema da American Express, de telemarketing. Então muitos deles são estressados e a gente liga, aí fala pra fazer a campanha, tem outras instituições, explica tudo pra eles sobre a campanha e pede os pontos. Aí, o que acontece, muitos deles não querem doar porque são pontos que podem ser revertidos em passagens aéreas, pode trocar por produtos de catálogo. (...) Porque assim como é um benefício, ele (cliente) gasta pra ele acumular os pontos, porque assim, já que esses pontos eu (cliente) ganhei, então não interessa se um mp3, por

exemplo, for onze mil e quinhentos pontos, então eles não tem dó de trocar esses pontos por esse produto ou por milhas. Agora, pra doar pra instituição é muito difícil, e tem muita gente sem educação. Tem gente que na hora né, ‘nossa eu vou doar o quê que é isso, pras criancinhas com câncer’. Mas tem gente que fala, ‘não eu já ajudo outras instituições com dinheiro e não vou dar os meus pontos’.

Sua função consistia em restituir, para a *American Express*, a pontuação promocional conseguida pelos usuários do cartão de crédito. Luciana disse que nos casos em que os clientes aceitavam realizar a doação, as despesas com prêmios ou trechos aéreos financiados pela *American Express* seriam menores do que os recursos endereçados às instituições assistenciais. Ela e seus colegas já haviam percebido o significado daquelas doações: “A gente sabe que uma prótese ortopédica não vale 50 mil pontos, ou seja, 100 mil (reais)”. E havia contas milionárias de clientes que atingiam gastos de dois milhões de reais por ano. A meta diária era de 500 mil pontos por equipe de 15 trabalhadores, dentro de uma meta anual de 58 milhões de pontos. Sua primeira impressão nesse trabalho revela uma decepção: “eu nunca imaginei que tinha tanta gente com tanto dinheiro e tão sem educação”.

Luciana também se servia de um script nos contatos que fazia, mas improvisava muito para contornar as objeções à entrega dos pontos. Seu recurso mais usado era o de identificar um perfil emocional no cliente, oferecendo-lhe algo pelo qual doaria a pontuação conseguida no cartão. Após apresentar-se como funcionária da American Express, esclarecia sobre a existência de oito instituições beneficentes parcialmente financiadas com recursos advindos da pontuação gerada pelo uso dos cartões de crédito. São instituições que se dedicam a crianças com câncer, crianças portadoras de deficiência, idosos e a adolescentes. Então, Luciana pedia que a pontuação fosse doada para uma delas, mas era uma tarefa inglória. Na maioria das chamadas, recebia, em regra, uma resposta negativa. E às vezes, quando tinha sucesso, incomodava-lhe o sentimento de que estaria enganando alguém.

“Um dia a minha supervisora tava do mau lado quando eu fui ligar pro cliente né? Aí eu repeti todos os pontos ele, até eu fiz uma cara assim, nossa !?”

Pergunta: Você repetiu todos os pontos?

R: É. Aí, na hora que eu fui pedir, eu mesmo fiz uma cara, tipo assim, nossa!? eu tô até com vergonha de pedir esse tanto de ponto. Ele não vai querer me doar, porque eu acredito que se fosse eu, eu não doaria, por exemplo, sabe?. Aí ela (supervisora) pediu pra eu desligar a ligação. ‘Luciana, se nem você acredita como é que você vai ligar pedindo?’. Aí ela brigou comigo né?, aí eu fico calada né?. Mas é difícil, porque, nossa!? Parece que você ta enganando. Assim, no fundo você ... você pensa que é porque, você sabe que uma parte é doada pra as instituições, mas não é tudo”.

Esta dimensão do trabalho destacada por Luciana encontra paralelo noutras experiências envolvendo *telemarketing*. Muitas vezes, as principais reclamações não incidem somente sobre os baixos salários e o ritmo frenético das ligações. Conflitos morais ganham relevo nessa ocupação de modo a tornarem insuportável a permanência no emprego. Enid de Bois, quando pôde, deixou seu emprego de teletrabalhadora porque se sentia mal ao enganar pessoas. Nas tentativas de vender assinatura de jornal, o apelo comercial utilizado envolvia sentimentos morais amplamente estruturados na sociedade, como de fato representou o pedido de ajuda para crianças cegas. Mas nem sempre Enid conseguia convencer a si mesma de que este apelo era justo. Foi o que aconteceu quando abordou possíveis clientes a partir de uma lista de moradores de um bairro pobre. As pessoas contatadas eram receptivas ao telefonema, mas Enid sabia que não teriam como sustentar a assinatura por muito tempo. Ela passou a sentir que as prejudicava, mas, mesmo assim as vendas continuavam a ser feitas. A gota d'água que faltava veio num caso que ela considerou bizarro.

“Eu estava seguindo a rotina. O rapaz me ouvia pacientemente e então disse: ‘Eu realmente gostaria de ajudar’. Ele era cego! O que acabou comigo foi seu tom de voz. Eu posso dizer que ele era uma boa pessoa. Ele estava disposto a ajudar mesmo sabendo que não poderia ler o jornal. Ele era pobre, eu estou certa disto. Ele morava na pior área do bairro. Eu me desculpei e agradeci sua atenção. Fui para o banheiro feminino. Eu tive náuseas. Eu estava sentada ali, falando um monte de mentiras com ele e ele era pobre e cego e estava disposto a ajudar. Levamos seu dinheiro” (Terkel, 2004, p.97).

Enid não conseguiu mais trabalhar naquele dia. Saiu do banheiro apenas quando seu turno terminou. Enquanto ficou lá, “rezava para que alguma coisa melhor aparecesse”. No dia seguinte ocupou seu posto, mas não fez nenhuma ligação. Foi chamada e pressionada pelo supervisor, e repetiu para ele que não se sentia bem. Voltou para casa. Não sabia o que fazer. Ela precisava daquele emprego, mas não conseguia mais trabalhar daquela forma, “prejudicando as pessoas”. Em meio a essa situação recebeu uma boa notícia. Conseguira um novo emprego, no mesmo prédio onde até então vendia as assinaturas de jornais. Procurou o supervisor e disse: “Eu não vou ficar aqui e mentir por você. Você pode ficar com seu emprego”.

Drama como esse não é difícil de encontrar. Um motivo parecido levou Aílson Martins a pedir suas contas na ACS depois de trabalhar lá por um ano. Quando me falou sobre sua trajetória ocupacional, em janeiro de 2008, tinha vinte anos. Deixara o ensino médio pela metade a fim de trabalhar. Primeiro, enfrentou uma jornada diária de 10 horas num supermercado, ensacando mercadorias e recompondo prateleiras. Saiu de lá para uma fábrica de balas.

Disse que este foi o lugar que mais gostou de trabalhar porque fez amizades na linha de produção, o que aliviava a monotonia das tarefas repetitivas. Não teria saído de lá se a fábrica tivesse escapado da falência. Depois disso, serviu mesas como garçom. Era um trabalho irregular, cansativo e mal remunerado. Nesse meio tempo entrou para a ACS. A esposa conseguiu entrar primeiro e depois o levou junto. Recebeu treinamento para ser um receptivo da TIM (telefonia celular). Iria ouvir as reclamações sobre faturas, créditos no cartão, cortes do celular, enfim, divergências sobre decisões da TIM em relação aos celulares dos clientes. O que não sabia é que as reclamações se transformariam em insultos.

“O cliente pré-pago é grilado no último né?, ele é o mais enjoado possível. Ele já liga e não quer nem saber não, ele quer o crédito dele, não importa se ele está certo ou se ele está errado. A maioria das vezes ele está errado. Então, assim, tem que saber levar né?, já liga grilado, você vai, espera ele te xingar tudo o que ele tem pra xingar, excomungar sua mãe, seu pai. Aí você acalma e explica pra ele ó, está certo não tem reembolso não.

P. E eles geralmente se convencem ou não?

R: Alguns não. Aí você é obrigado a dar um encerramento. Você tem que desconectar a chamada, ele gostando ou não.

P. E desconecta?

R: Você avisa pra ele, ‘senhor, as informações já foram passadas. Ficou resolvido isso e isso, não há mais nenhuma informação. Então estou dizendo que estou desconectando a chamada’”.

Assim como Enid, Luciana e as telefonistas da estatal francesa, Ailson não se reconhece no emprego. Pensa em “fazer universidade” e “ter uma profissão”. Quer ser professor. Em relação à trajetória ocupacional de seu pai esta expectativa é ao mesmo tempo uma ruptura e uma continuidade. Ao contrário do pai, que é funileiro, Ailson deseja uma profissão que não seja manual. Avalia que o pai trabalha muito em relação às jornadas praticadas na ACS: “sai de casa sete horas (da manhã), deve sair do serviço umas seis (da tarde), chega em casa umas onze (da noite)”. Mas os outros contrastes foram todos favoráveis ao pai, a começar pelo salário maior, o aprendizado constante da profissão por meio de inúmeros cursos, e o prazer em fazer o que faz. É por um trabalho com essas características que Ailson anseia. Diferentemente disso, quando falou de si mesmo, resumiu assim todo o conhecimento adquirido ao longo de 1 ano:

“Basicamente o que eu tirei proveito de lá foi só informação de celular. Então assim, uma hora assim um celular dum amigo dá problema, já vou lá, já oriento ele como proceder, o quê que ele tem que fazer, onde ele tem que modificar a configuração do celular. Mas fora isso nada”.

Esta percepção de Ailson coincide com dados que descrevem comparativamente os salários recebidos em ocupações consideradas manuais e as consideradas intelectuais nesses últimos 25 anos. Nesta ótica, a média salarial de um operário semi-qualificado transborda facilmente a média salarial de um trabalhador em *call center*. Isto também é verdadeiro para outros países à medida que o trabalho apoiado no uso de computadores e de software simplificadores de tarefas tende a nivelar muitas habilidades de maneira a ampliar, potencialmente, a força de trabalho disponível para diversas ocupações. Um dos principais resultados desse processo tem sido o barateamento do trabalho tido teoricamente como intelectual, de tal modo que um programador de software chega a receber menos do que um gari. Enquanto programadores têm um salário médio anual de \$4,975 na Índia, \$14,000 na Malásia, \$31,247 na Inglaterra e \$46,000 (Huws, 2003, p.172), um gari no Estado da Califórnia chega a receber anualmente \$33,000 (CALIFORNIA STATE, 2008).

Ao reduzir as qualificações para lidar com computadores, aumenta-se o número de pessoas qualificadas para o uso desse meio de produção. Este aspecto da organização do trabalho em *call center* é evidenciado pela relevante sobra de força de trabalho para esta ocupação. Isso não é uma novidade na literatura sobre o assunto e nem se restringe ao teletrabalho. Geralmente, o treinamento para trabalhar em *call center* é bastante simplificado. As empresas treinam mais trabalhadores do que podem imediatamente empregar, formando seu próprio exército de reserva. Nesse contexto, o absenteísmo e a rotatividade deixam de ser problemas incontornáveis para essas empresas.

Assim, é plausível conceber a constituição de uma força de trabalho tão numerosa em função da padronização das tarefas conseguida através de softwares, cuja finalidade é simplificar e prescrever o que deve ser feito. Isso é mais comum nas operações receptivas, em que o trabalho consiste na busca de informações sobre determinado produto ou serviço. Mas está presente também nas operações ativas, em que a venda de uma mercadoria é sempre mediada por técnicas pré-determinadas de “neuro-linguística” (Venco, 1999, p.115-118) e, no caso de confirmação do interesse do comprador, por informações e procedimentos organizados, contidos e fornecidos por softwares ou orientados, em última instância, pelo supervisor.

Um desdobramento dessa realidade foi destacado por Fernando, 21 anos, entrevistado em 2008. O tempo total em que trabalhou na ACS chegou a quase três anos, interrompidos por três dispensas a pedido dele. Entre uma baixa e outra, Fernando recorreu ao seguro desemprego. Como mora com sua mãe, que sustenta todas as despesas da casa, o salário pago pela ACS cobria os gastos pessoais. Tentar outro emprego revelou-se difícil porque não possui qualificação

profissional e não completou o ensino médio. Portanto, do seu ponto de vista, essa rotatividade também “não é um negócio ruim”.

Fernando é representativo de um dos perfis mais comuns em *call center*. Ele, como muitos outros, não têm a expectativa de transformar este trabalho numa profissão. Mesmo dentre os entrevistados mais entusiasmados com o trabalho em *call center*, a permanência nunca é mencionada como uma opção. Paula, 21 anos, trabalha em *call center* desde os 16 anos. Já passou por três empresas. Uma editora de livros, que possuía seu próprio centro de chamadas, a ACS e uma grande rede atacadista, que também mantém um centro de chamadas por conta própria. Atualmente, Paula vende, por telefone, materiais para construção e produtos agro-veterinários, acessando compradores pelo cadastro da empresa. Ao responder sobre os pontos positivos relacionados a esta atividade, Paula encarou-a como transitória:

“É estar adquirindo conhecimento na área de materiais de construção e agro-veterinária que é muito interessante. É um crescimento também profissional, né?, pela referência Martins, maior atacadista da América Latina, já foi um ganho, ainda mais pra minha profissão, que eu quero seguir”.

Quando foi entrevistada no início de 2008, Paula estava no 3º período do curso universitário de Logística. Levada a refletir sobre sua identidade profissional, mencionou que também queria cursar Serviço Social. Mas o que marcou sua narrativa foi uma percepção intermitente de que era vendedora, uma boa vendedora na sua própria visão:

“Você tem que saber administrar. Se você pegar um cliente você tem que administrar. Igual, eu sei que eu consigo atender cem clientes. Beleza! Minha agenda vai ter cem clientes pelo tempo que eu ficar lá. Com esses cem clientes eu tenho que bater minha meta. (...) A gente tem muitas ferramentas lá e uma delas é um relato de contato. Então, aquilo que o cliente me contou que o filho dele tinha prestado vestibular e a próxima ligação eu já relatei lá, eu vou, aí eu já pergunto né?, ‘E aí? Seu filho passou tal’, eles ficam loucos né?, ‘Nossa você é muito atenciosa, obrigado que você lembrou’. Aniversário, aniversário da esposa dele, ‘ah, dá os parabéns pra sua esposa, o aniversário dela ta chegando né?’, Porque a gente não tem formalidade, lá a gente não tem formalidade com os clientes”.

Os expedientes utilizados por Paula para mobilizar afetivamente seus clientes não lhe causam nenhum desconforto semelhante ao apresentado por Enid, Luciana e Ailson. Pelo contrário, o que foi visto e interpretado como uma transgressão, uma desonestidade, é assumido por Paula como um sinal de eficiência. O toque “especial” dado aos cadastros dos clientes da rede atacadista não está presente no script da empresa. Foi uma apropriação feita do curso de Logística, e é encarado

como uma zona de autonomia para o trabalhador. Em casos como esses a autonomia é “permitida” desde que a “argumentação” realizada seja convertida em vendas. A gerência da empresa não prescinde do estabelecimento das metas a serem atingidas, mas deixa espaços para que seus empregados possam manobrar a partir de táticas próprias e “criativas”.

Este é um dos pontos relativamente complexos na análise do trabalho em *telemarketing*. Poderíamos considerar essa autonomia como parte necessária e integrante para a luta política, resistência, organização e produção de uma identidade de classe; ou como elemento sempre previsto, manietado e integrado ao processo de organização e de acumulação de capital. Estas duas hipóteses são bastante sedutoras e não devem ser removidas do foco da análise. Contudo, se as narrativas dos trabalhadores discutidas até aqui evidenciam consciência das pressões sofridas na rotina do trabalho, seria mais prudente pensar essa “autonomia” como resultado concomitante tanto de conflitos quanto de arranjos internos no espaço do trabalho. Isto nos leva a indagar sobre o que se pode concluir a partir das trajetórias ocupacionais desses trabalhadores e qual o horizonte que eles têm construído.

#### 4. Recolocando o problema

Parte significativa da organização do trabalho presente desde as telefonistas e vendedoras por telefone, tais como as tarefas padronizadas, o controle exercido pela supervisão e a subordinação ao meio de produção, permaneceu como uma rica herança da qual fez uso as empresas de *call center*. No caso dos trabalhadores aqui investigados, as novas tecnologias de informação e comunicação, longe de promover e proporcionar algum tipo de prazer pelo trabalho bem feito ou estimular a inteligência, serviram como um forte mecanismo de ajustamento desses trabalhadores às necessidades das inúmeras empresas contratantes do *call center*. É um trabalho altamente rotinizado. E para realizar isso, como já foi dito, a mais valia relativa tem sido a forma predominante pela qual o capital se faz em presença, operada com a ajuda de uma forte vigilância.

Essa realidade faz com que o tempo de trabalho se torne um conflito permanente entre os trabalhadores e os agentes do capital. No presente, como no passado, o controle sobre as tarefas prescritas, efetuado em grande parte pelas tecnologias da informação e da comunicação, é reforçado pelos supervisores cujo papel reside em garantir a extração da maior quantidade de trabalho possível. Como explica Selma Venco, um tempo médio para o atendimento é estabelecido e fixado no software de tal modo que o trabalhador acompanha seu próprio desempenho em tempo presente, sendo “avisado” por contadores de tempo,

sinais luminosos na tela do computador ou pelo próprio supervisor que não raras vezes o apressa. A essas pressões encadeia-se uma seqüência de ligações que são distribuídas também por software, de maneira que, geralmente, não haja um intervalo maior do que 3 toques entre uma ligação encerrada e outra iniciada.

Sobre isso, Marx tinha razão quando percebeu que sob o modo de produção capitalista o ato do patrão de alugar a força de trabalho não significava dominação e realização do tempo de trabalho. Era preciso subordinar o trabalhador aos meios de produção (Marx, 2004, p.52-53), fosse pela coerção, persuasão, consenso, ou por uma combinação dessas formas (Burawoy, 2000, p.25-30). Admitindo essa possibilidade, podemos encarar essas relações de trabalho como zonas cinzentas criadas pelos trabalhadores; espaços onde as TICs são burladas e a vigilância dos supervisores evitada. A começar quando as ligações são aborrecidas e ofensivas. Nesses casos, o tempo médio de atendimento tende a elevar-se porque não é permitido ao teletrabalhador “desligar” o cliente. Em tais situações, descobriu-se como “derrubar” a ligação, desconectando-a diretamente do computador de maneira que o software não capturasse tal operação como sendo intencional. Outra manifestação de burla à supervisão acontece quando idas não autorizadas ao banheiro são “cobertas” pela equipe de trabalho que mantém o supervisor “ocupado” com algum pedido de orientação referente a alguma ligação.

Embora este sentimento de solidariedade possa favorecer a construção de uma identidade coletiva, é preciso reconhecer que ele pode ser facilmente quebrado com o desmantelamento dessa organização informal do trabalho. Ruy Braga já fez notar, a partir de relatos de sindicalistas encarregados de desenvolver o trabalho de organização dos trabalhadores em *call centers*, que “o acúmulo de experiência sindical é muito lento, e o trabalho organizativo realizado pelos sindicatos é repetidamente perdido em razão da elevada rotatividade” desses trabalhadores (Braga, 2006, p.148). Concluiu que a lógica da individualização da ação inerente à estrutura da empresa em rede e financeirizada predomina sobre a lógica da ação coletiva inerente ao sindicalismo. Barbara Garson observou algo parecido ao comparar os tipos de sociabilidades e solidariedades possíveis a trabalhadores ocupados em linhas de montagem e no trabalho com computadores. Enquanto os primeiros executavam um trabalho que lhes permitiam alguma articulação entre si, os últimos estariam condenados a um isolamento praticamente intransponível sob o seguinte argumento: “funcionários que se sentam a dois pés de distância do teclado de um terminal de computador estão conectados apenas com ‘o sistema’” (Garson, 1994, p.250).

De fato, este não é um problema de fácil resolução, mas cabe salientar que o reconhecimento das dificuldades e das determinações vividas como pressões pelos trabalhadores *não é a mesma coisa* que afirmar a ausência de organização

coletiva. No mínimo, essas ações precisam ser pensadas como indícios de que a condição desses trabalhadores não é tão fragmentária assim. Ajudam a entender também que, se a identidade relativa ao trabalho não se faz tanto pelo reconhecimento de uma perícia e profissão comuns (Sennett, 2007), o sentimento que estrutura uma experiência partilhada é o da exploração. Assim, as ações coletivas são construídas também a partir dessas zonas cinzentas no cotidiano do trabalho, ainda pouco entendidas por nós, podendo chegar ao transbordamento desse espaço e à paralisação do trabalho.

É o que já se começa a verificar em diversos pontos do planeta. Ursula Huws, por exemplo, avalia que as iniciativas de organização e sindicalização de trabalhadores de *call centers*, embora incipientes e confrontadas pela mobilidade atual do capital de deslocar-se de um país para outro em busca de força de trabalho mais barata e dócil, têm conseguido produzir pontos importantes de resistência tais como a sindicalização de trabalhadores de *call centers* no Reino Unido, no Caribe, no Brasil, e uma greve organizada na empresa Telecom Britânica, em 1999 (Huws, 2003, p.175-176). A isto, podemos agregar a experiência mais recente desses trabalhadores no Brasil.

A Norma Regulamentadora do Ministério do Trabalho e do Emprego já comentada anteriormente, que estabeleceu três intervalos num total de 40 minutos dentro da jornada de 6 horas diárias, reflete e revela, em alguma medida, o poder de barganha conseguido pelos sindicatos que organizam os trabalhadores em telecomunicações e bancários (no que se refere aos bancos que possuem seus próprios centros de atendimentos). Também há o registro de greves por salário e pelo cumprimento das normativas do trabalho em *call center*. É o caso da paralisação realizada no *call center* Centro de Contatos S/A (AeC), prestadora de serviços para a Prefeitura de Belo Horizonte, Centrais Elétricas de Minas Gerais (CEMIG) e TIM (telefonia celular), dentre outras empresas. Recebendo R\$365,00, os trabalhadores deflagraram greve em março de 2008 pelo aumento do salário. O movimento foi até a Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais, provocando grande desconforto para a empresa de *call center* que se sentiu obrigada a negociar. A faixa abaixo expressa, em alguma medida, a consciência produzida pelos trabalhadores.

Imagem 2 – Faixa da Greve contra a AeC



Fonte: Coordenação Nacional de Lutas (CONLUTAS). Disponível em: <[HTTP://www.callcenter.if.br](http://www.callcenter.if.br)> Acesso em 14 de mar. 2008. Organização do autor.

Há outros casos de greve que começam a pontuar diferentes partes do país. Em 20 de junho de 2008, trabalhadores da Call-Tecnologia e Serviço LTDA, sediada em Brasília, iniciou uma greve. O motivo do movimento combinou reajuste salarial com melhorias nas condições de trabalho. Como disse um dos grevistas, “aqui tem hora pra tudo. Não há liberdade nem pra usar o banheiro, um abuso que não vamos tolerar”. Aumento de salário também foi a principal reivindicação dos trabalhadores do *call center* da Telefônica Oi (telefonia celular), no Estado do Ceará. A greve aconteceu em junho de 2007, e a empresa viu-se forçada a negociar com o movimento. Antes disso, em agosto de 2006, trabalhadores em *telemarketing* representados pelo Sindicato dos Trabalhadores em Telemarketing e Empregados em Empresas de Telemarketing da cidade de São Paulo e Grande São Paulo, conseguiram, depois de uma greve, suas reivindicações decididas pelo Tribunal do Trabalho de São Paulo.

Também existem greves que foram derrotadas, às vezes com um saldo de demissões e de desorganização difícil de ser absorvido como uma experiência que fortaleça o sentimento de classe entre esses trabalhadores. Mas, mesmo nesses casos, a evidência é a de que produziram sentimentos comuns de identificação e decidiram enfrentar a organização capitalista do trabalho, superando a identidade fragmentária que muitos estudiosos têm enxergado como um traço sistemático e característico desses trabalhadores. Em que pesem as tentativas das empresas de *call centers* de anulá-los como sujeitos, tomando-os apenas como fonte de trabalho abstrato, que valoriza o capital, as experiências vividas nas relações de trabalho por vezes favorecem o aparecimento do sentimento de classe. Caberia, noutra oportunidade, investigar essa possibilidade. Por enquanto, no limite do que foi abordado neste artigo, penso que se torna viável tomar esses 750 mil trabalhadores nas suas recentes experiências e avaliar sua capacidade de enfrentar uma organização

do trabalho que deixou seu legado desde as primeiras telefonistas que se resumiam a falar: “Bom dia senhor. Qual número deseja?”

## REFERÊNCIAS

- BALSAN, Jorge. (2001). *Perfil do Teletrabalhador*. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina.
- BRAGA, Ruy. (2005). “O trabalho do teleoperador: Infotaylorização e degradação da relação de serviço”. *Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Disponível em: <http://www.eptic.com.br>.
- \_\_\_\_\_. (2006) “Uma sociologia da condição proletária contemporânea”. In *Tempo Social*. Revista de Sociologia da USP. V.18, n.1, São Paulo, p.133-152.
- BRASIL/MTE. (2007). Departamento de Segurança e Saúde do Trabalho. *Norma Regulamentadora nº17*. Dispõe sobre Teleatendimento e Telemarketing. Portaria do Ministério do Trabalho e do Emprego nº 9, de 30 de Março de 2007.
- BRAVERMAN, Harry. (1974). *Trabalho e capital monopolista. A degradação do trabalho no século XX*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara.
- BURAWOY, Michael. (1982), *Manufacturing Consent – changes in the labor process under monopoly capitalism*. Chicago: Chicago University Press, 2000.
- \_\_\_\_\_. (1985), *The Politics of Production*. New York: Verso, 1990.
- CALIFORNIA STATE. “Refuse Collectors”. In *Occupational Employment Survey of Employers by EDD/MIDI*. 2008. Disponível em: < <http://www.calms.cahwet.gov/file/occguides/GARBAGE.htm> > . Acesso em: 24 jun. 2008.
- COSTA, Isabel S.A. “Teletrabalho: subjugação e construção de subjetividades”, in *RAP*. Rio de Janeiro: FVG, 41(1), p. 105-124, jan./fev. 2007.
- DEJOURS, Christophe (2002). *A loucura do Trabalho. Estudo de psicopatologia do trabalho*. 5ª ed., São Paulo: Cortez Editora.
- DIAS, Edmundo F. “Reestruturação Produtiva: a forma atual da luta de classes”. In *Outubro*. n.1, São Paulo: Xamã, Maio de 1998, p.45-52.
- ENCYCLOPEDIA BRITANNICA. (1975). *Encyclopedia Britannica*. Volume 13, p.180-185, São Paulo: Encyclopædia Britannica Editores.
- GARSON, Barbara (1994). *All the livelong day: the meaning and demeaning of routine work*. New Baskerville: Pequin Books.
- HARVEY, David. (1992), *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre a origem da mudança cultural*. São Paulo: Edições Loyola.
- HUWS, Ursula. (2003). *The making of a Cybertariat: virtual work in a real world*. New York: Monthly Review Press.
- KUGELMASS, Joel. (1996). *Teletrabalho. Novas oportunidades para o trabalho flexível*. São Paulo: Editora Atlas.
- LAZZARATO, M. e NEGRI, A. (2001). *Trabalho Imaterial. Formas de Vida e Produção de Subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora.

- MAIA, Carmem S. (2007). *Supervisão em Call Center*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- MARX, Karl. (2004). *Capítulo VI. Inédito de O Capital*. São Paulo: Centauro Editora.
- NILLES, Jack M. (1997). *Fazendo do teletrabalho uma realidade*. São Paulo: Futura.
- NOGUEIRA, Cláudia M. *O trabalho duplicado: a divisão sexual no trabalho e na reprodução. Um estudo das trabalhadoras do telemarketing*. (2006). São Paulo: Expressão Popular.
- RIFKIN, Jeremy. (2004). *The End of Work: the decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-market Era*. New York: G.P. Putnam's Sons.
- ROSENFELD, Cinara (2005). "Autonomia e Trabalho Informacional: o Teletrabalho", in *XXIX Encontro Anual da ANPOCS*. Caxambu, 25 a 29 de outubro de 2005.
- \_\_\_\_\_. (2007). "Construção da identidade no trabalho em *call centers*: a identidade provisória". In *XIII Congresso de Sociologia*. 29 de maio a 1 de junho de 2007.
- \_\_\_\_\_. (2007). "Paradoxos do capitalismo e trabalho em *call centers*: Brasil, Portugal e Cabo Verde". In *Caderno CRH. Revista Quadrimestral de Ciências Sociais*. V.20, n.51, set./dez, p.447-462.
- SCHWEITZER, Orly M. (2003). *Teletrabalho: uma proposta para a legislação brasileira*. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina.
- SENNETT, Richard (2007). *A corrosão do caráter. Consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record.
- TAYLOR, Frederick (1995). *Princípios de Administração Científica*. São Paulo: Atlas.
- TERKEL, Studs. (1970). *Working*. 18ª ed., New York: The New Press, 2004.
- VENCO, Selma B. (1999). *Telemarketing nos Bancos: o emprego que desemprega*. Dissertação de Mestrado em Educação. Unicamp.

### Resumo

Este artigo analisa comparativamente as relações de trabalho vivenciadas por trabalhadores que lidam e lidaram com tecnologias de informação e comunicação. Pretende-se discutir suas percepções acerca das formas de exploração e organização do seu trabalho, bem como o *sentido* que esses trabalhadores atribuem ao que fazem.

### Abstract

This article compares working relations of the workers which jobs involve information and communication technology. I'll try discussing experiences them about the exploitation and organization way of the work.

## O CINEMA COMO OBJETO DE ESTUDO ACADÊMICO

*Cid Vasconcelos de Carvalho*

A aproximação do mundo acadêmico de abordagens vinculadas ao universo do audiovisual ainda é um fenômeno relativamente recente, pelo menos no caso brasileiro – com exceções, evidentemente, como veremos adiante. Em boa parte dos casos, a produção acadêmica que começa a ser produzida na área, sobretudo em termos da realidade nordestina, tem sido gerada mais por conta de um interesse e esforço individual – com as vantagens e obstáculos típicos de tal situação – de pesquisadores do que propriamente de núcleos de pesquisa, ainda que esses também tenham surgido nos últimos anos.

Como em outras partes do mundo, a dimensão narrativa tem sido bastante privilegiada nos estudos acadêmicos brasileiros. A narrativa, parece se configurar como um esteio mais sólido para posteriores vinculações com disciplinas acadêmicas que priorizam certa coerência teórico-metodológica. Não apenas porque se encontram na maioria dos filmes produzidos até hoje, como ao mesmo tempo evitam a necessidade de se criar estratégias distintas para a análise de filmes que igualmente requeiram abordagens que privilegiem outros tipos de interpretação<sup>1</sup>. Talvez esse recorte seja menos importante, do que o modo de lidar com ele. É frustrante quando se observa o recuo diante de uma obra original pela limitação acadêmica do autor, como fica evidente no trecho que se segue:

---

<sup>1</sup> Um exemplo interessante das limitações e, ao mesmo tempo, possibilidades de se lidar com material do gênero “não narrativo” se encontra em Peterson (1996). Evidentemente o termo narrativo aqui deve ser compreendido segundo aproximações que teriam como modelo a narrativa realista teatral e literária do final do século XIX e o seu extremo oposto seriam, por exemplo, as abstrações de realizadores como Stan Brakhage, mais próximas do universo das artes plásticas. Aumont (1995) observa a possibilidade de se encontrar fundamentos narrativos nas obras mais resistentemente abstratas e efeitos não narrativos nas obras do cinema mais clássico.

Ele [Cassavetes] se distancia de estrutura narrativa, da razoável trama narrativa de propósitos heróicos e sonhos melodramáticos, em geral o núcleo do cinema americano, rumo a uma mais errática estrutura na qual o diretor, seus intérpretes e sua *mise-en-scene* criam um processo aonde a narrativa se torna refém das tiradas ocasionais sobre seus personagens e situações. (...) Precisamente por conta desse sacrifício, eu acho os filmes de Cassavetes difíceis de serem assistidos e ainda mais difíceis de serem comentados. Em um livro dedicado ao estudo das estratégias formais e a realização da expressão através de sua estrutura, uma análise detalhada dos filmes de Cassavetes corre o risco de se tornar mais pessoal do que crítica. (Kolker, 2000, p. 19, tradução minha)

Aqui se observa que pela norma estilística de uma determinada produção se acabará deixando de lado um dos realizadores mais criativos do contexto analisado, e que aliás inspirará boa parte dos realizadores a serem analisados no mesmo livro, demonstrando um apego ao generalizável tanto em termos da produção em questão quanto do suporte metodológica que a analisará. O autor, se mais ousado, não deveria questionar o “sacrifício” do realizador das normas estilístico-narrativo convencionais mas antes o seu próprio sacrifício de um modelo original diante dos parâmetros já instituídos para se pensar elementos narrativos. Uma defesa de opção metodológica que um autor como Bordwell, discutido mais adiante, não cometeria.

Uma questão fundamental é qual abordagem se pretende traçar entre a análise acadêmica e o seu objeto de estudo, que são produções audiovisuais. Existe uma recente produção de teses acadêmicas e livros publicados<sup>2</sup> sobre o cinema brasileiro ou mesmo mundial que tem contemplado tais filmes como

---

<sup>2</sup> Conferir, por exemplo, a coletânea organizada por Ferreira e Soares (2001), de abordagem histórica. Com relação às teses acadêmicas, parte-se da produção que consta do site domínio público (<http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaObraForm.jsp>), que conta com mais de duas centenas de teses e dissertações brasileiras produzidas nos últimos anos que se relacionam com o cinema como objeto a ser pesquisado. Outra seara, completamente distinta, e que não entra no escopo da presente pesquisa diz respeito a obras que fazem analogia do cinema com tecnologias audiovisuais contemporâneas mais recentes. Analogias entre “pré-cinema” e “pós-cinema” podem render obras interessantes como a de Machado (1997), mas igualmente outras menos cuidadosas como a de Gosciola, que fazem uso de termos pouco adequados como “evolução do cinema”, definições de “montagem paralela” e “montagem alternada” não coincidentes com a maior parte das traduções e afirmações estapafúrdias como a do “cinema clássico” ter decorrido entre 1895 e 1915 (2003, p. 109). Aqui falta um apoio historiográfico e teórico que poderia ser pensado como desculpável em se tratando de uma obra que pretende centrar sua discussão nas “hipermídias” contemporâneas, mas que não é, pois sua argumentação se constrói constantemente em comparação com o cinema, o que acaba pondo em suspeição, inclusive, a validade de certas analogias feitas entre os dois meios.