

O NOVO PROLETARIADO DE SERVIÇOS E AS NOVAS ENGRENAJENS DO VALOR.

Ricardo Antunes¹
Universidade de Campinas

I. Dimensões do capitalismo recente no Brasil

Poucas décadas atrás, impulsionada por uma forte tendência eurocêntrica, a ideia de que a classe trabalhadora estava em franca redução tornou-se quase um novo dogma. Dos EUA aos principais países da Europa, o mito de um capitalismo maquínico e sem trabalho se expandia, conseguindo adeptos em várias partes do mundo. E se era possível visualizá-lo movido quase que exclusivamente pela técnica, só restava mesmo sepultar a classe trabalhadora, fazendo-lhe um réquiem. Se essa ideia era no mínimo bastante problemática nos países do Norte, como deixar de considerar o monumental contingente de trabalho existente no Sul do mundo, especialmente em países como a China, Índia e tantos países asiáticos de industrialização recente. Ou ainda o Brasil, México, dentre tantos outros exemplos latinoamericanos dotados de grande contingente de força de trabalho?²

Se é verdade que a produção (em sentido amplo) vem se metamorfoseando significativamente a partir da introdução do universo informacional-digital, seria plausível, então, conceber a possibilidade real de um capitalismo sem trabalho? E mais, seria ainda possível *equalizar* países com realidades tão díspares, borrando as mais diferenciadas

¹ Professor Titular de Sociologia do Trabalho na Universidade de Campinas (UNICAMP, Brasil). Autor, entre outros livros, de *Os Sentidos do Trabalho* (Ed. Almedina, 2013), publicado também no Brasil, EUA, Holanda/Inglaterra, Itália, Índia e Argentina); *Adeus ao Trabalho?* (Cortez, 2015, 15^a edição, 3^a, reimpressão, publicado também na Itália, Espanha, Argentina, Venezuela, Colômbia e México) e *Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil*, Vol. I, II e III (organizador, Boitempo, 2006, 2013 e 2014). É Coordenador das Coleções *Mundo do Trabalho* (Ed. Boitempo) e *Trabalho e Emancipação* (Ed. Expressão Popular) e pesquisador do CNPq.

² Esse artigo retoma ideias parcialmente apresentadas nos artigos *The New Morphology of the Working Class in Contemporary Brazil*, Socialist Register 2015, Montly Review Press/Merlin Press, 2015 e em *Desenhando a Nova Morfologia do Trabalho*, Revista Estudos Avançados, 28 (81), 2014, Instituto de Estudos Avançados, USP, sendo que está nova versão (e em espacial o item III – Circulação e Valor, de perfil mais analítico) foi elaborada especialmente para ser apresentada na III Conference Strikes & Social Conflicts (Barcelona - Espanha, de 16 a 19 de junho de 2015).

formas pelas quais se apresenta a divisão internacional do trabalho?

Ao contrário destas formulações, nosso exercício empírico e analítico tem se pautado pela tentativa de oferecer uma melhor intelecção desta problemática, buscando uma melhor compreensão de *quem é a classe trabalhadora hoje*, resultado de um monumental processo de reestruturação produtiva desencadeado desde os inícios dos anos 1970 nos países centrais e especialmente desde meados dos anos 1980 nos países do Sul. Qual é sua nova morfologia, seu novo desenho, sua conformação? E como é possível, a partir desse novo desenho, desconstruir e contraditar empírica e analiticamente as teses que propugnavam a “perda de relevância” do trabalho?

Se parece evidente que o proletariado industrial, herdeiro da era taylorista e fordista vem se reduzindo em várias partes do mundo capitalista central, há também uma contratendência forte, dada pela expansão exponencial de novos contingentes de trabalhadores³ e trabalhadoras especialmente no setor de serviços, mas também na agroindústria e, ainda que em menor intensidade, na indústria. Basta olhar, por exemplo, para a China e a Índia nas últimas duas décadas.

Esse nosso texto pretende, então, apresentar algumas tendências que particularizam a classe trabalhadora no Brasil, com destaque para o novo proletariado de serviços que atua em call center e telemarketing.

Sabemos que as mudanças e transformações ocorridas no capitalismo recente, a partir de meados da década de 1980 e especialmente na década seguinte, foram de grande intensidade e desencadearam um conjunto de transformações, alterando, em alguma medida, elementos da *forma de ser* da classe trabalhadora. O Brasil se estruturava, então, com base em um desenho produtivo bifronte: de um lado, era voltado para a produção de bens de consumo duráveis, como automóveis, eletrodomésticos etc., visando um mercado interno restrito e seletivo. De outro, dada sua condição de dependência em relação ao capitalismo avançado, desenvolvia a produção voltada para a exportação, tanto de produtos

³ Usaremos sempre a noção de trabalhadores contemplando sua dimensão de gênero, como trabalhadores e trabalhadoras, uma vez que há uma clara divisão sócio-sexual do trabalho, frequentemente desigual e diferenciada. Assim, sempre que usarmos *trabalhadores*, estamos esclarecendo nesta nota que o concebemos também em sua dimensão de gênero, como *trabalhadores* e *trabalhadoras*.

primários quanto de produtos industrializados.

Internamente, a dinâmica do padrão de acumulação capitalista se baseava na vigência de um processo de superexploração da força de trabalho, caracterizado pelos baixos salários, ritmos de produção intensificados, jornadas de trabalho prolongadas, combinando uma extração tanto da mais valia absoluta quanto da mais valia relativa. E esse padrão de acumulação gerou altas taxas de acumulação, de que foi exemplo o chamado “milagre econômico” (1968-1973).

Com a vitória do neoliberalismo no Brasil, a partir de 1990, se ampliou o processo de reestruturação produtiva, através da adoção de novos padrões organizacionais e tecnológicos, de novas formas de organização do trabalho e da introdução dos métodos “participativos”, em decorrência das imposições das empresas transnacionais que levaram as suas subsidiárias no Brasil a adotar, em maior ou menor medida, técnicas inspiradas no toyotismo e nas formas flexíveis de acumulação. As empresas brasileiras tiveram que se adaptar à competitividade internacional, sem deixar de responder às ações sindicais praticadas pelo “novo sindicalismo”, emergente especialmente a partir da eclosão das greves do ABC no pós-1978. (Antunes, 2006 e 2013 e Alves, 2000).

Combinando elementos herdeiros do fordismo (vigentes em vários ramos e setores produtivos) com uma nova pragmática pautada pela acumulação flexível, pela empresa enxuta (*lean production*), pela implantação de programas de qualidade total e sistemas *just-in-time* e *kanban*, além da introdução de ganhos salariais vinculados à lucratividade e à produtividade (como o PLR, programa de participação nos lucros e resultados), sob uma pragmática que se adequava fortemente aos desígnios do capital financeiro e do ideário neoliberal, tudo isso acabou possibilitando uma reestruturação produtiva de grande intensidade no Brasil, que teve como consequências a ampliação da flexibilização, da informalidade e da precarização da classe trabalhadora.

Se a informalidade (que em nosso entendimento ocorre quando o contrato de trabalho não obedece a legislação social protetora do trabalho) não é sinônimo de precarização, sua vigência (da informalidade) amplia e intensifica ainda mais o *processo de*

precarização. E os mais diversos mecanismos de flexibilização do trabalho têm sido importante instrumental utilizado pelas empresas para burlar a legislação social do trabalho.

A expansão das empresas de *call center* e telemarketing e das empresas de tecnologias de informação e comunicação (TIC), cada vez mais imprescindíveis para a redução do tempo de circulação do capital, acabou por incentivar a expansão de um novo proletariado de serviços, o *infoproletariado* (Antunes e Braga, 2009) ou o *cybertariat*, na feliz definição de Úrsula Huws. (Huws, 2003).

Assim, em plena *era da informatização do trabalho* no mundo maquinial-digital, vem ocorrendo também um processo contraditório, marcado pelo aumento da *informalização do trabalho*, pelo desmonte da seguridade social (Varela, 2013) presente na ampliação dos terceirizados, subcontratados, flexibilizados, em tempo parcial, teletrabalhadores, ampliando o universo do trabalho precarizado.

A flexibilização produtiva, as desregulamentações, as novas formas de gestão do capital, a ampliação das terceirizações e da informalidade, acabaram por desenhar uma nova fase do capitalismo no Brasil. As novas modalidades de exploração intensificada do trabalho, combinadas com um relativo avanço tecnológico em um país dotado de um enorme mercado consumidor, tornaram-se elementos centrais da produção capitalista no Brasil. A articulação complexa existente entre financeirização da economia, neoliberalismo, reestruturação produtiva e as mutações no espaço microcósmico do trabalho e da empresa não poderia deixar de afetar profundamente a classe trabalhadora.

Se na década de 1990 tivemos um período de forte redução nos empregos formalizados⁴, na década de 2000 foram criados 21 milhões de postos de trabalho, dos quais 94,8% percebiam uma baixa remuneração (1,5 salário mínimo por mês). As atividades nos serviços geraram 6,1 milhões de empregos; seguidas pelos trabalhadores do comércio com 2,1 milhões; da construção civil com 2 milhões; de escriturários com 1,6 milhões; da indústria têxtil e vestuário, com 1,3 milhão e do setor público, com 1,3 milhão. Como afirma Marcio Pochmann, estas profissões totalizaram 14,4 milhões de novos postos

⁴ Segundo Pochmann, “foram criados 11 milhões de empregos, dos quais 53,6% do total eram sem remuneração. Na faixa de renda de até 1,5 salário mínimo houve a redução líquida de quase 300 mil postos de trabalho”. (Pochmann, 2012, p. 27)

de trabalho, compreendendo 72,4% de todas as ocupações com remuneração também de até 1,5 salário mínimo mensal. Vale acrescentar também que foi significativa a ampliação do trabalho feminino, chegando a quase 60% das ocupações, sendo que, no que diz respeito à faixa etária, a maior parte concentrou-se na faixa de 25 a 34 anos. (Pochmann, 2012:32)

Se ao longo da década de 1980 era relativamente pequeno o número de terceirizados (subcontratados), nas décadas seguintes esse número aumentou significativamente, trabalhadores⁵ frequentemente sem vínculo empregatício e sem registro formalizado, por vezes à margem da legislação trabalhista, redesenhando a morfologia do trabalho no Brasil. (Druck, 1999 e 2011; Druck e Franco, 2007).

II. O novo proletariado de serviços: o trabalho no telemarketing e call center⁶

Um setor que tem sido responsável pela significativa expansão da classe trabalhadora no Brasil encontra-se nos serviços – call center e telemarketing.⁷

A Atento iniciou suas operações em abril de 1999, na cidade de São Paulo, com pouco mais de 1.000 funcionários. Em 2003, a empresa contava com uma equipe de 29.434 profissionais, dos quais 28.960 realizavam funções relacionadas diretamente com as operações e em 2013 a empresa atingiu a marca de 84.131 trabalhadores/as. Para

⁵ Usaremos sempre a noção de trabalhadores contemplando sua dimensão de gênero, como trabalhadores e trabalhadoras, uma vez que há uma clara divisão sócio-sexual do trabalho, frequentemente desigual e diferenciada. Assim, sempre que usarmos *trabalhadores*, estamos esclarecendo nesta nota que o concebemos também em sua dimensão de gênero, como *trabalhadores e trabalhadoras*.

⁶ Todas as informações de pesquisa que constam neste item são resultado do projeto coletivo de pesquisa, onde foram pesquisados os mais diferenciados ramos e setores da economia e que foram publicados em *Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil*, Vol. I, II e III (Antunes, organizador, Boitempo, 2006, 2013 e 2014).

⁷ As informações que constam este subitem foram pesquisados por Claudia Mazzei Nogueira, pesquisadora vinculada ao Grupo de Pesquisa “As Metamorfoses do Mundo do Trabalho (UNICAMP/CNPq) e estão publicados em *Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil*, Vol. I, (Boitempo, 2006, pp. 269/295). A pesquisa foi atualizada em 2014 e publicada no livro *O Trabalho Duplicado*, Editora Expressão Popular (Nogueira, 2011). A pesquisa foi realizada junto à Atento-Brasil, em Campinas, empresa de prestação de serviços de atendimento através de *contact centers*. A redação final deste subitem, feita a partir do texto original da pesquisadora, é de responsabilidade de Ricardo Antunes.

desenvolver o seu trabalho, as teleoperadoras de *telemarketing* (mais de 70% desse conjunto é feminino) ficam de 85% a 90% de sua carga horária diária sentada e com atenção total ao visor do microcomputador, ao teclado e ao *headset* (fone de ouvido).

Conforme o depoimento da ex-teleoperadora Ignez:

[...] Eu trabalhava das 2 às 8 da noite, eu ficava 6 horas sentada, só tinha 15 minutos pra tomar café e ir ao banheiro. (...) eram 6 horas sentada recebendo ligação direto.... Eu não quero ficar sentada num lugar 6 horas por dia sem você poder se movimentar.

Para controlar seu trabalho, há uma presença constante da Supervisora exigindo um aumento de produtividade, através do controle do Tempo Médio Operacional (TMO) ou Tempo Médio de Atendimento (TMA), controle responsável por adoecimentos, conforme teleoperadora Luiza nos informa:

Você tem uma meta, quando você vai passar uma informação, você fica atenta ao seu TMO (tempo médio operacional), tempo médio para passar as informações, por exemplo, eles pedem 29 segundos e tem pessoas que não querem só aquela informação, eles querem falar mais alguma coisa então nisso você acaba atendendo mal aquela pessoa. Por exemplo você não vai dar atenção a ela porque você sabe que o seu TMO está subindo, então, é isso que deixa a gente tensa no serviço. E mais, eles também ficam falando que a produtividade caiu e por isso nem a parada particular⁸ nós podemos fazer. Porque eles falam: gente vamos abaixar o TMO. Vou abaixar o TMO como? As pessoas querem as informações, as pessoas não querem um robô...

A máquina por sua vez torna-se tão absorvente que a possibilidade da existência de relações interpessoais é quase nula. Fernanda contou que:

[...] É engraçado quando as pessoas chegam, uma olha pra cara da outra e tchau! Não dá tempo pra gente conversar. Você tem que conversar antes de entrar, porque depois que você entra não se consegue mais conversar. E,

⁸ Parada particular são os 5 minutos que a teleoperadora tem para ir ao banheiro dentro de uma jornada de trabalho de 6 horas.

quando acaba a nossa jornada a gente está tão exausta que você entra no elevador e fala: – mais um dia; e o outro só consegue responder: – mais um dia.

Muitas empresas de telemarketing padronizaram os diálogos - os *scripts* e os fluxogramas de atendimento são predeterminados-, objetivando facilitar a rotinização do trabalho das teleoperadoras, através da prescrição de uma norma de comportamento que direciona inclusive a entonação da voz. E o controle das emoções da teleoperadora pela empresa é outro fator importante: a teleoperadora deve ter autocontrole, para reverter situações de agressividade que frequentemente sofrem e manter o padrão de atendimento, tanto no que se refere ao tom da fala como também ao *script* predeterminado.

Esse controle passa pela seguinte hierarquia: os diretores cobram os gestores (coordenadoras), que cobram as supervisoras, que por sua vez cobram as teleoperadoras, ampliando a escala de sofrimentos, constrangimentos e adoecimentos psicológicos no espaço de trabalho.

Em relação às jornadas, as operadoras trabalham 6 horas, com 15 minutos de pausa para o lanche, que são compensados no final da sua jornada e 5 minutos de pausa particular que é o tempo permitido para utilizar o banheiro. Conforme o depoimento da teleoperadora Luiza:

Os intervalos são pouquíssimos. São 5 minutos assim para ir ao banheiro, que eles chamam de pausa particular e o almoço seria o intervalo de uns 15 minutos, quer dizer que quem traz comida ou coisa assim não mastiga, engole. Porque não dá. Muitas vezes eu não consigo fazer a pausa particular, eu tento conter, mas, têm pessoas que não conseguem, porque têm esse negócio de retenção urinária ou que toma remédio. Então é difícil ... Eles lá não tem respeito, têm pessoas que precisam ir ao banheiro e não podem...

Além desses mecanismos de controle, há também ações contra os atrasos e o absenteísmo no trabalho, através de campanhas desenvolvidas pela empresa para incentivar a disciplina das teleoperadoras. E outro elemento importante, na visão patronal, é estabelecido pelas campanhas que estimulam a produtividade. Elas são conhecidas como

um “incentivo motivacional” para estimular a competitividade, tendo como objetivo aumentar a produtividade através da intensificação do ritmo de trabalho.

Os adoecimentos tornam-se, então, rotineiros no telemarketing, causados pelos ruídos, pelo mobiliário, pelo espaço físico etc. O depoimento abaixo confirma esse problema:

O problema que eu tenho é do braço. Ele dói muito, principalmente quando o tempo muda, mas isso aconteceu de tanto eu fazer esforço repetitivo. Eu já fui no médico, ele ainda não disse que é LER/DORT, essas coisas, ele falou para fazer a fisioterapia, mas eu não consigo marcar a fisioterapia porque não tem vaga, aí tem que ficar na fila e só tem em dois hospitais da cidade. E, aí eu continuo fazendo o meu trabalho e vai piorando cada vez mais. Ele (o médico) nem pediu uma licença médica para mim, o que ele passou foi só injeção e pronto. Eu já até tomei as cinco injeções e aliviou a dor. Só que volta tudo de novo.

Embora a pesquisa apresente inúmeros outros resultados, deve-se acrescentar na unidade da Atento, em Campinas, de um contingente de 1.863 trabalhadores (396 são homens e 1.467 são mulheres), encontravam-se afastados do trabalho por doença ou acidente de trabalho cerca de 136 funcionários (aproximadamente 7,5% do total), sendo ainda que desse total, somente 6 (1,5%) eram do sexo masculino.

Podemos afirmar, então, que o trabalho de telemarketing e call center é pautado pela exploração intensificada, visando atingir as metas de produtividade, dentro dos tempos e padrões impostos pela empresa. Para além de seus objetivos aparentes, quais sejam, “garantir a qualidade dos atendimentos” e a “satisfação do cliente”, as operadoras de telemarketing vivem um significativo processo de exploração da sua força de trabalho, visível quando se pesquisam as suas condições de saúde, tempo, “qualidade”, “motivação”, dentre tantos elementos presentes em seu cotidiano.

Vale acrescentar que 96% das centrais de telemarketing e call center foram criadas após 1990 e especialmente depois da privatização do sistema Telebrás, em 1998. Como se trata de uma modalidade de emprego que tem baixa qualificação da força de trabalho e pouca experiência de atuação dos sindicatos, segundo Ruy Braga, os seus salários estão

entre os mais baixos do mundo, superando apenas os salários dos trabalhadores indianos.⁹ Segundo a Associação Brasileira de Telesserviços (ABT) estimava-se que, em 2012, mais de 1,4 milhão de trabalhadores encontram-se empregados no setor. E, desse contingente, grande parcela é oriunda dos jovens e mulheres, sendo que as empresas Atento e Contax são as maiores empresas do setor no Brasil. (idem)

As exigências de metas, a rotinização do trabalho, o despotismo dos coordenadores e supervisores, os baixos salários, os adoecimentos e padecimentos decorrentes das condições de trabalho são traços constitutivos desse novo proletariado de serviços que está em expansão no Brasil e em várias partes do mundo, dada importância das informações para o capitalismo financeiro global. Constituem-se, portanto, uma nova parcela que amplia e diversifica a classe trabalhadora no Brasil.

III. Circulação e valor: uma breve nota

Contrariamente às teses que advogam a perda de relevância do trabalho no mundo contemporâneo, estamos desafiados a compreender sua nova morfologia, cujo elemento mais visível é o seu desenho multifacetado, resultado das fortes mutações que afetaram o capitalismo nas últimas décadas.

Nova morfologia que, no Brasil, compreende desde o operariado industrial e rural, até os assalariados de serviços, os novos contingentes de homens e mulheres terceirizados, subcontratados, temporários que se ampliam. Nova morfologia que presencia a ampliação de novos proletários do mundo industrial, de serviços e da agroindústria, de que são exemplos, dentre tantos outros, as trabalhadoras de *telemarketing* e *call center*, das tecnologias de informação e comunicação que se desenvolvem na era digital, além dos digitalizadores que laboram nos bancos, dos assalariados do *fast food*, dos trabalhadores jovens dos hipermercados, dos *motoboys* que morrem nas ruas e avenidas, usando suas motocicletas para transportar mercadorias etc.

⁹ Conforme a pesquisa de Ruy Braga, publicada em *Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil*, Vol. III (Boitempo, 2014). Ver também Antunes e Braga, 2009.

Em um sentido ampliado, a classe trabalhadora deve, em nossa opinião, incorporar tanto os trabalhadores/as *produtivos*, que agregam diretamente valor, como também o amplo conjunto de assalariados *improdutivos*, que não geram diretamente mais valia, mas que são imprescindíveis neste processo de trabalho capitalista e que vivenciam, tanto objetivamente quanto subjetivamente, situações que têm clara similitude com aquelas experimentadas pelos trabalhadores produtivos. Embora a classe trabalhadora tenha como núcleo central os *trabalhadores produtivos*, ela abrange também os *trabalhadores improdutivos*, que não criam mais valia, mas que são imprescindíveis para a criação de valor e parte constitutiva do conjunto dos assalariados. (Antunes, 2010 e 2013; Marx, 1994).

Assim, a partir das profundas transformações ocorridas no mundo produtivo do capitalismo contemporâneo, o conceito ampliado de classe trabalhadora não deve se restringir somente aos *trabalhadores manuais diretos*, mas deve incorporar a totalidade dos trabalhadores e trabalhadoras, cada vez mais integrados pelas cadeias produtivas globais, que vendem sua força de trabalho como mercadoria em troca de salário e são pagos por capital-dinheiro, independentemente da atividade que realizam ser predominantemente material ou imaterial.

E no capitalismo financeirizado da era informacional, é importante enfatizar que se desenvolve crescentemente uma simbiose entre o que é *produtivo* e o que é *improdutivo*, uma vez que o mesmo trabalho executa frequentemente atividades que geram valor e, simultaneamente, conferem a qualidade do que realizaram.

Pelo desenho empírico que oferecemos ao longo deste artigo, podemos indicar, neste conclusão, que os assalariados do setor de telemarketing e call center também devem ser compreendidos como sendo parte constitutiva da classe trabalhadora, do novo proletariado de serviços que participa direta ou indiretamente da geração de mais-valia e da valorização do capital.

Como sabemos, no Livro II de *O Capital*, Marx oferece pistas empíricas e analíticas para se compreender (e atualizar) a teoria do valor-trabalho hoje (Marx, 2014), uma vez que o mundo produtivo, em sentido amplo, vem ampliando as novas formas geradoras do *valor*,

ainda que frequentemente sob a *aparência* do *não-valor*. Mas como o capital não pode se efetivar sem alguma modalidade interativa entre *trabalho vivo* e *trabalho morto*, ele cria e recria, produz e destrói, gera novos espaços produtivos, reespecializa e também desespecializa, de modo intimamente articulado com a geração de mais-valor.

Com o mundo maquínico-informacional-digital desenvolvido intensamente nas últimas décadas, reduziram-se os tempos de produção e ampliaram-se os espaços geradores de mais-valor. E se a *mais-valia* nasce na esfera da produção (*O Capital*, Livro I), sabemos que a *produção* é também *distribuição*, *troca/circulação* e *consumo*. E foi no Livro II que Marx tratou de modo abrangente o *processo de circulação do capital*. (Marx, 2014).

Como o objetivo central do capital é a sua valorização, reduzir o *tempo de circulação* torna-se um imperativo. E como o tempo global do capital depende tanto do *tempo de produção* como o de *circulação*, diminuir a diferença no seu tempo global é um dos desafios cotidianos da engenharia do capital.

Assim, enquanto a mercadoria, seja ela material ou imaterial, não é *produzida* e posteriormente *consumida*, não se efetiva a realização plena da mais-valia criada na produção. Desse modo, o *tempo de circulação*, embora necessário, torna-se um limitador do *tempo de produção*. Urge, então, reduzi-lo sempre, de modo a encurtar o *tempo de rotação* total do capital (que é dado pelo tempo de *produção* mais o de *circulação*).

Desse modo, quanto mais o *tempo de circulação* do capital se aproxima de zero, maior é a sua produtividade. E será exatamente por isso que Marx indica que, em situações particulares, como na indústria de transportes, de armazenamento e de comunicações, *embora não ocorra aumento da quantidade material produzida*, há também *criação* de mais valor.

Não é preciso ir muito adiante para perceber que temos um *ponto de partida* rico para, contemporaneamente, oferecermos uma melhor intelecção do papel das tecnologias de informação (TIC), dos novos serviços em grande medida *mercadorizados* e da crescente importância do *trabalho* e da *produção imaterial* no capitalismo de nosso tempo, enquanto participe do processo de criação do valor e da valorização do capital.

E, ainda mais, com a ampliação global da terceirização (Antunes, e Druck, 2014),

esse processo se fortalece, beneficiando ainda mais a produção da mais-valia no setor de serviços, pois muitas atividades que eram consideradas *improdutivas* tornaram-se *produtivas*, uma vez que *as empresas de terceirização prestadoras de serviços para os setores produtivos, também que como objetivo precípuo a geração de lucro frequentemente através da exploração da mais-valia desse enorme proletariado (não-industrial) de serviços que se expande em escala global.* Em um universo em que a economia está sob hegemonia do capital financeiro, as empresas buscam garantir seus altos lucros exigindo e transferindo aos trabalhadores a pressão pela maximização do tempo, pelas altas taxas de produtividade, pela redução dos custos com o a força de trabalho e pela flexibilização crescente dos contratos de trabalho.

E a terceirização, prática presente em quase todos os ramos e setores produtivos, vem se tornando a modalidade de gestão que assume centralidade na estratégia patronal, uma vez que *as relações sociais estabelecidas entre capital e trabalho são disfarçadas em relações interempresas*, baseadas em contratos por tempo determinado, flexíveis, de acordo com os ritmos produtivos das empresas contratantes que desestruturaram ainda mais a classe trabalhadora, seu tempo e trabalho e de vida, seus direitos, etc. (Druck, 2011).

Assim sendo, a expansão das empresas terceirizadas tem se convertido em importante elemento propulsor e gerador de mais valia. O que no passado recente era realizado por empresas estatais prestadoras de serviços públicos sem fins lucrativos, com o neoliberalismo, a financeirização e a privatização, tornaram-se cada vez mais participes diretos ou indiretos no processo de valorização do capital, incrementando e ampliando as modalidades de extração de *mais valia*.

Ao atuar na esfera da informação e da circulação, o novo proletariado de serviços que atua nos call center e telemarketing, em grande medida realizada por empresas terceirizadas, integra-se de alguma maneira na cadeia produtiva do valor, quer pela agilização do tempo de circulação do capital, *quer pela conversão da informação em mercadoria cada vez mais produtiva.*

É por isso que esse novo proletariado de serviços, que trabalha neste novo universo laborativo, vivencia jornadas de trabalho mais prolongadas, com ritmos intensificados,

suportando os mais altos níveis de rotatividade (turnover), percebendo salários reduzidos, com condições crescentes de insegurança, insalubridade, dentre tantas outras consequências que caracterizam o cotidiano do trabalho deste novo proletariado (não industrial) de serviços.

No plano da organização da classe trabalhadora, não parece desnecessário enfatizar que a terceirização desse novo proletariado de serviços impõe, também, uma pulverização dos sindicatos, ocorrendo muitas vezes que, em uma mesma empresa, os diferentes setores terceirizados tenham representação sindical diferenciada, fragmentando ainda mais as possibilidades de organização sindical, de união, solidariedade e resistência de classe.

Mas, apesar destas adversidades, estes novos contingentes da classe trabalhadora começam a desempenhar um papel de destaque (não só na agilização da circulação de informações, vital para a reprodução do capital), mas também no desencadeamento de novas lutas sociais e sindicais.

Bibliografia

- ALVES, Giovanni. (2000) *O novo (e precário) mundo do trabalho*. São Paulo: Boitempo.
- ANTUNES, Ricardo (2010) *Os Sentidos do Trabalho*, 11^a. Reimpressão, São Paulo: Boitempo.
- ANTUNES, R. (2006, 2013 e 2014) (org) *Riqueza e Miséria do Trabalho*, vol I, II e III, São Paulo: Boitempo.
- ANTUNES, Ricardo (2013b) *Who is the Working Class Today?* in *Workers of the World* nº 2. *International Journal on Strikes and Social Conflicts*, January.
Link: <http://workersoftheworldjournal.net/index.php/current-edition2>
- ANTUNES, Ricardo (2015) *The New Morphology of the Working Class in Contemporary Brazil*, *Socialist Register 2015*, Transforming Classes, Leo Panitch and Greg Albo, (ed), London/New York: Merlin Press/ Monthly Review Press.

- ANTUNES, Ricardo (2015) *Desenhando a Nova Morfologia do Trabalho*, Revista Estudos Avançados, 28 (81), 2014, Instituto de Estudos Avançados, USP, São Paulo.
- ANTUNES, R. e BRAGA, R., (2009), *Infoproletários (Degradação Real do Trabalho Virtual)*, São Paulo: Boitempo.
- ANTUNES, R e DRUCK, G. (2014). *A epidemia da terceirização* in Antunes, R. (org), *Riqueza e Miséria do Trabalho*, vol III, SP, Boitempo.
- BRAGA, Ruy, *A formação do precariado pós-fordista no Brasil* in Antunes, R. (org) (2014) in *Riqueza e Miséria do Trabalho*, vol III, SP. Boitempo.
- DRUCK,G. (2011) Trabalho, Precarização e Resistências. *Caderno CRH (UFBA)*, v. 24, Salvador, EDUFBA.,
- HUWS, Ursula 2003, *The Making of a Cybertariat (Virtual Work in a Real World)*, New York/London: Monthly Review Press/The Merlin Press.
- MARX, K. (1994)' Chapter VI (unpublished)', in *Marx and Engels Collected Works*, vol. 34, London: Lawrence & Wishart.
- MARX, K. (2013) *O Capital*, Livro I, São Paulo, Boitempo.
- MARX, K. (2014) *O Capital*, Livro II, São Paulo, Boitempo.
- NOGUEIRA, Claudia. (2006) *A Feminização do trabalho no mundo do telemarketing*, in ANTUNES, R. (org), (2006) *Riqueza e Miséria do Trabalho*, op. cit.
- NOGUEIRA, Claudia. 2011, *O Trabalho Duplicado*, São Paulo: Expressão Popular.
- POCHMANN, M. (2012) *Nova Classe Média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira*, SP, Ed Boitempo.
- VARELA, R. (org.) (2013) *A Segurança Social é Sustentável*, Lisboa, Bertrand Editora.