

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA (UFU)
INSTITUTO DE FILOSOFIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM FILOSOFIA

RAPHAEL DE CASTRO NETTO

***EXPLORAÇÃO DO TRABALHO, EXTRAÇÃO DE MAIS-VALIA E
PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO NO SETOR DE TELEMARKETING***

UBERLÂNDIA-MG
2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

RAPHAEL DE CASTRO NETTO

**EXPLORAÇÃO DO TRABALHO, EXTRAÇÃO DE MAIS-VALIA E
PRECARIZAÇÃO NO SETOR DE TELEMARKETING**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Instituto de Filosofia da
Universidade Federal de Uberlândia como
requisito parcial para obtenção dos títulos
de bacharel e licenciado em Filosofia.

Área de Pesquisa: Filosofia Política

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Maria Socorro
Ramos Militão

**UBERLÂNDIA-MG
2025**

BANCA EXAMINADORA**EXPLORAÇÃO DO TRABALHO, EXTRAÇÃO DE MAIS-VALIA E
PRECARIZAÇÃO NO SETOR DE TELEMARKETING**

Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Filosofia apresentado à Banca Examinadora, como requisito parcial para a obtenção dos títulos de bacharel e licenciado em Filosofia, pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

Uberlândia, 08 de maio de 2025.

Banca Examinadora

Orientadora Profa. Dra. Maria Socorro Ramos Militão (UFU)

Me. Luiz Paulo de Melo Costa (INCIS-UFU)

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha mais profunda gratidão à minha esposa Maressa, que, em meio aos desafios e às incertezas que acompanham a jornada acadêmica, esteve ao meu lado, oferecendo seu amor, compreensão e encorajamento. Nos momentos em que duvidei de mim mesmo, ela acreditou no meu potencial e me impulsionou a seguir em frente. Sua confiança em mim foi a âncora que me manteve firme, mesmo quando as dúvidas tentavam me derrubar. Não há palavras suficientes para expressar minha gratidão por sua presença constante e apoio inabalável. Se não fosse a sua dedicação e amor incondicional, eu não estaria aqui hoje, celebrando a conclusão deste trabalho.

Ao Daniel, meu amigo e companheiro de tantas jornadas, meu mais profundo agradecimento. Sua amizade foi um presente inestimável durante a faculdade, nas aulas, nos jogos e nos momentos de descontração.

Aos meus pais, Eliana e Edney, fica meu agradecimento e gratidão por sempre me manterem nos estudos e motivarem a fazer uma faculdade.

Agradeço, profundamente, ao corpo docente do Curso de Filosofia da Universidade Federal de Uberlândia, por ter me oferecido uma base sólida para a minha formação crítica, ética e humana ao longo de toda a graduação. Cada professor e professora contribuiu, de maneira singular, para o meu crescimento intelectual e pessoal. Em especial, manifesto minha gratidão à professora Maria Socorro, minha orientadora, que com sensibilidade, firmeza e generosidade, me ofereceu coragem e oportunidade para persistir e concluir este curso.

Agradeço também à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela oportunidade de participar do Programa de Residência Pedagógica, como aluno bolsista, o que me permitiu obter conhecimentos fundamentais para a minha formação docente, além de ampliar o meu compromisso com a educação pública, crítica e emancipadora.

RESUMO

Este trabalho monográfico, de conclusão do curso de graduação em filosofia, busca investigar o processo de exploração do trabalho e a extração de mais-valia, tendo como foco a precarização do trabalho no setor de telemarketing, que tem experimentado um crescimento significativo nos últimos anos, empregando milhões de trabalhadores em todo o mundo. O objetivo é examinar as relações de trabalho nesse setor, procurando saber o que há por trás desse cenário aparentemente moderno e tecnológico, para então identificar quais elementos novos estão presentes nesse ramo de serviços, com formas mais “avançadas” e racionalizadas de extração de mais-valia. Às quais, se somam as formas aplicadas na terceirização e uberização do trabalho contemporâneo, da sociedade capitalista, em seu estágio mais avançado. Antes, porém, este estudo analisará a exploração do trabalho e a extração de mais-valia, como concepções basilares para tratar a questão da precarização do trabalho no telemarketing, a partir do pensamento do filósofo alemão Karl Marx (1818-1883), para compreender como esse fenômeno se manifesta nas relações laborais dentro das empresas desse ramo. Percorrer esse itinerário metodológico é fundamental para identificar como a exploração se manifesta no telemarketing e analisar os mecanismos utilizados para extrair a mais-valia dos trabalhadores, a fim de promover uma compreensão rigorosa da questão e uma reflexão crítica sobre a antagônica luta de classes e as contradições presentes no sistema capitalista, demonstrando a atualidade do problema ora proposto. O método de análise do objeto de estudos proposto é o materialismo histórico-dialético de Karl Marx, e, além da utilização do legado marxiano, faremos uso de obras de renomados autores marxistas.

Palavras-chave: Karl Marx. Extração de Mais-valia. Precarização do trabalho. Telemarketing.

ABSTRACT

This monograph, as part of the undergraduate degree in philosophy, investigates the process of labor exploitation and surplus value extraction, focusing on the precarization of work in the telemarketing sector, which has experienced significant growth in recent years, employing millions of workers worldwide. The objective is to examine labor relations in this sector, seeking to uncover what lies behind this seemingly modern and technological scenario, in order to identify the new elements present in this service branch, with its more "advanced" and rationalized forms of surplus value extraction. These are compounded by the methods applied in the outsourcing and "uberization" of contemporary labor within capitalist society at its most advanced stage. Prior to this analysis, the study will explore labor exploitation and surplus value extraction as foundational concepts for addressing the precarization of telemarketing work, based on the thought of German philosopher Karl Marx (1818–1883), to understand how this phenomenon manifests in labor relations within companies in this sector. Following this methodological path is essential to identify how exploitation operates in telemarketing and to analyze the mechanisms used to extract surplus value from workers, aiming to provide a rigorous understanding of the issue and a critical reflection on the antagonistic class struggle and contradictions within the capitalist system, demonstrating the continued relevance of the proposed problem. The analytical method employed is Marx's historical-dialectical materialism, and in addition to Marx's own works, the study draws on contributions from renowned Marxist authors.

Keywords: Labor exploitation. Marx. Surplus value. Precarization. Telemarketing.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
CAPÍTULO 1	10
1.1 O conceito de trabalho em Karl Marx.	10
1.2 A formação histórica das relações de trabalho	13
1.3 A mais-valia e a exploração do trabalhador.....	16
CAPÍTULO 2	20
2.1 O fordismo e a consolidação da produção em massa	20
2.2 A alienação e a fragmentação do trabalhador na era da máquina.....	22
2.3. Do fordismo à precarização contemporânea.....	24
CAPÍTULO 3	26
3.1 O telemarketing como setor do capitalismo avançado.	26
3.2 O controle e a intensificação do trabalho no telemarketing.....	29
3.3 A alienação e a subjetividade do trabalhador	32
CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa monográfica tem como objetivo promover uma análise crítica sobre as transformações do trabalho no contexto do capitalismo contemporâneo, com ênfase na forma como a exploração se estrutura e se reinventa nos diferentes setores produtivos. Parte-se da hipótese de que as alterações nas dinâmicas laborais, longe de representar avanços na qualidade de vida do trabalhador, operam principalmente como mecanismos de intensificação da extração da mais-valia e de manutenção da dominação burguesa.

O estudo se ancora na teoria do filósofo alemão Karl Marx e de Friedrich Engels, e em especial aquela concernente às categorias de trabalho, mais-valia, alienação, com ênfase na exploração e precarização do trabalho no setor do telemarketing. Somam-se a teoria marxiana-engelsiana, importantes intérpretes do marxismo, tais como: Ricardo Antunes, Sadi Dal Rosso, André Gorz, Silvia Federicci, entre outros, que se debruçaram sobre o tema proposto.

À vista disso, dividimos o texto em três momentos: no primeiro capítulo apresentamos os fundamentos teóricos da concepção marxiana de trabalho, explorando a centralidade que o trabalho assume na constituição da vida social, bem como as formas pelas quais ele é apropriado pelo capital. Esse capítulo também traz reflexões sobre a alienação, a mais-valia e a relação entre capital e força de trabalho.

O segundo capítulo, de natureza histórica e crítica, introduz uma análise aprofundada sobre a mecanização do trabalho e a lógica fordista como formas de dominação e alienação. Com base nos fundamentos teóricos marxianos, buscaremos compreender como a organização do trabalho sob o fordismo intensifica a exploração sobre o trabalhador e como reforça a alienação discutida no capítulo inicial. A partir da análise do modelo fordista de racionalização da produção, implementado por Henry Ford, investiga-se como a padronização, repetição e controle do tempo operaram como mecanismos eficazes para submeter o trabalhador aos ritmos das máquinas e às exigências do capital.

Neste capítulo, buscar-se-á demonstrar também como essas práticas foram transpostas e adaptadas aos setores de serviços, especialmente ao de telemarketing, como, nele, se estabeleceu um elo entre o fordismo clássico e a precarização contemporânea, como formas de dominação e alienação. A partir da análise do modelo de produção fordista, investigaremos como os seus mecanismos de racionalização da produção: padronização e controle, operaram eficazmente para submeter o trabalhador ao ritmo da maquinaria e às exigências do capital. Ademais, buscaremos mostrar como essas práticas foram transpostas e adaptadas aos setores

de serviços, e, neles, assumiram um alto grau de sofisticação no tocante ao desenvolvimento de forças produtivas, que, por conseguinte, elevaram sobremaneira a extração de mais-valia do trabalhador e precarizaram ainda mais o trabalho, nos séculos XX e XXI.

No terceiro capítulo, o foco recai sobre o setor de telemarketing como uma expressão atual da lógica de exploração capitalista, continuando as discussões empreendidas no capítulo 2, evidenciando amiúde como os princípios do fordismo — padronização, controle do tempo e repetição — foram mantidos e reconfigurados na organização do trabalho imaterial. A partir da análise das referências bibliográficas eleitas, procura-se demonstrar como a exploração do trabalho humano se manifesta por meio de novas linguagens — que repaginam o termo trabalhador por “colaborador” — afim de mascarar a luta de classes, para então evidenciar como a exploração se intensifica a partir do controle das emoções dos trabalhadores e como a vigilância sobre o mesmo se intensifica, torna-se digital, acentuando ainda mais a alienação que se completa, porque torna-se também emocional, psíquica e afetiva.

A estrutura do trabalho foi organizada de modo a possibilitar uma compreensão progressiva das relações de trabalho, partindo dos fundamentos teóricos, passando pela análise histórica, até chegar à realidade concreta e atual do setor investigado. O método utilizado para a análise do tema é o do materialismo histórico-dialético, que permite compreender o trabalho em sua totalidade, enquanto prática social determinada pelas contradições do modo de produção capitalista. Este trabalho pretende, portanto, contribuir com a reflexão filosófica e crítica sobre a condição do trabalhador na contemporaneidade, mostrando que as metamorfoses do trabalho não implicam, necessariamente, em emancipação ou liberdade do trabalhador, mas representar novas formas de dominação e esvaziamento da existência humana.

CAPÍTULO 1

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA SOBRE O TRABALHO NO CAPITALISMO

Neste capítulo, discute-se a concepção de trabalho em Karl Marx, visando demonstrar como essa atividade é essencial para a constituição da vida social, mas, que, sob o capitalismo, assume um meramente caráter exploratório. Analisa-se a evolução histórica das relações de trabalho, ressaltando como a extração da mais-valia se adaptou às novas configurações econômicas, mantendo, contudo, sua essência exploratória. Além disso, destaca-se o conceito de alienação, enfatizando como o trabalhador perde o controle sobre a sua própria atividade e se vê reduzido a um mero instrumento dentro da engrenagem produtiva.

1.1 O conceito de trabalho em Karl Marx.

O conceito de trabalho em Karl Marx é fundamental para a compreensão de sua crítica ao sistema capitalista e para o desenvolvimento da teoria marxista da economia política. Marx aponta o trabalho como uma atividade humana que além de física, é também social e transformadora, sendo, portanto, um elemento central na constituição das relações sociais e econômicas, uma vez que através do trabalho os seres humanos interagem com a natureza para satisfazer suas necessidades, sendo a base da produção de todas as riquezas: “O trabalho é a fonte de toda a riqueza.

O trabalho é, portanto, o processo de transformação da natureza por meio da ação humana, sendo a forma fundamental de existência humana” (Marx, 2004, p. 195). No entanto, aponta que, em uma sociedade capitalista, o trabalho deixa de ser uma atividade plenamente humana e se transforma em uma mercadoria. Ao ser reduzido à função de gerar lucro para os proprietários dos meios de produção, o trabalhador perde a sua dimensão criativa e emancipatória, tornando-se um elemento subordinado ao capital. E isso porque:

O trabalho, no sistema de produção capitalista, assume a forma de mercadoria, ou seja, passa a ser vendido como uma mercadoria, e seu valor é determinado

pela quantidade de tempo de trabalho necessário para produzir essa mercadoria. O trabalho, então, não é mais uma atividade humana livre e criativa, mas uma atividade submissa à necessidade de acumulação de valor, que beneficia apenas o capitalista (Marx, 2004, p. 172).

Por isso, em sua obra “O Capital”, Marx desenvolve a ideia de que o trabalho, no capitalismo não é remunerado de forma justa em relação à riqueza que gera, e embora o trabalho tenha um valor intrínseco, derivado da capacidade humana de transformar a natureza, no processo de produção capitalista, esse valor é distorcido pela apropriação privada dos meios de produção. Os trabalhadores, enquanto produtores de valor, recebem um salário que é inferior ao valor que geram através de seu trabalho.

E isso ocorre porque, segundo Marx, o conceito de mais-valia engloba essa diferença entre o valor pago ao trabalhador e o valor do salário que ele recebe. A mais-valia é a forma pela qual o capitalismo se sustenta, pois é por meio dela que os capitalistas formam a sua riqueza, obtenham a lucratividade, a partir do trabalho executado, mas não remunerado aos trabalhadores, por ela, criam a base da exploração no sistema.

A noção de mais-valia está diretamente ligada à crítica de Marx à maneira como o capital manipula o tempo de trabalho, já que os donos dos meios de produção, ao contratar um trabalhador, paga-lhe um salário equivalente ao valor do trabalho necessário para reproduzir a força de trabalho que gasta para executar a mercadoria ou serviço. Porém, na prática, o trabalhador realiza um tempo de trabalho que excede o tempo necessário para a sua subsistência, criando dessa forma uma diferença entre o valor que recebe e o valor que gera.

Esse tempo de trabalho excedente é a fonte da mais-valia, como a define Marx, a saber: “A mais-valia é, portanto, o valor criado pelo trabalho do operário, além do valor de seu salário, e apropriado pelo capitalista. É o fundamento da acumulação capitalista” (MARX, 2004, p. 201). A exploração, portanto, não está apenas na relação direta entre trabalho e salário, mas no fato de que o trabalhador é forçado a produzir mais do que consome para si mesmo, e de cujo trabalho excedente a burguesia se apropria. Assim, o trabalho, que inicialmente poderia ser uma atividade criadora e transformadora, torna-se uma atividade que visa, essencialmente, a reprodução das condições de poder e riqueza para a classe burguesa.

Importa lembrar que o trabalho em Marx é central também para sua teoria da alienação, por meio da qual demonstra magistralmente que, no capitalismo, o trabalhador não tem controle sobre o processo de trabalho. Como afirmam Marx e Engels (2007, p. 82-83), “O trabalhador só se sente à vontade em seu tempo de folga, enquanto no trabalho se sente fora de si. Seu trabalho não é voluntário, mas imposto, é trabalho forçado”. Essa condição de

estranhamento faz com que o trabalhador se veja alienado tanto do produto final de seu trabalho quanto de sua própria humanidade.

Ao passo que, em uma sociedade não capitalista, o trabalhador poderia reconhecer seu trabalho como uma extensão de si mesmo; na sociedade capitalista, ele é separado desse produto e se torna uma propriedade burguesa. Nessa situação, “o trabalhador se sente, em relação ao produto do seu trabalho, como um estranho em relação a ele, como um poder independente do produtor”. A alienação, portanto, não é apenas uma condição econômica, mas também uma condição existencial, uma vez que o trabalhador se torna um mero instrumento da produção.

Como complementam Marx e Engels (2007), mesmo “em suas funções humanas [o trabalhador] se sente reduzido à condição de animal”, evidenciando como o trabalho se torna repetitivo e sem sentido quando o trabalhador não controla as condições de sua própria atividade. É neste sentido, que Marx desenvolve a sua concepção de trabalho no capitalismo, que gera uma divisão social do trabalho, em que o trabalhador é reduzido a uma função específica e repetitiva, afastando-o das suas potencialidades humanas.

No modo de produção capitalista, o trabalhador não é um ser integral que vive efetivamente todos os aspectos da vida humana, para além da produção, mas é um ser segmentado em funções específicas. E esse processo de fragmentação do trabalho é, para Marx, um reflexo das contradições do capitalismo, que busca maximizar a produtividade em detrimento da autonomia, criatividade e humanidade do trabalhador. Desse modo, reduz o trabalho a uma mercadoria como outra qualquer, desconectando o homem de sua realização plena como ser humano, e esses aspectos são centrais na crítica marxiana à organização social e econômica do capitalismo. Em razão disso, o trabalho, em Marx, não é tomado apenas como uma atividade produtiva, mas como um fenômeno social que define as relações de classe, e isso porque, para ele:

O trabalhador só se sente livre em suas funções animais — comer, beber, procriar, no máximo em sua moradia e em seu enfeite —, enquanto em suas funções humanas ele se sente apenas como um animal. O animal torna-se humano e o humano torna-se animal (Marx, 2021, p. 83).

O trabalhador, por ser desprovido dos meios de produção e reduzido à venda da sua força de trabalho, encontra-se em uma posição subordinada dentro da estrutura capitalista, vive sob a dominação dos detentores dos meios de produção, os quais exercem controle não apenas sobre a produção, mas também sobre todos os aspectos da vida humana e social do trabalhador.

Portanto, segundo Marx, no modo de produção capitalista o trabalho é, simultaneamente, uma forma de opressão e uma condição de existência. A superação dessa condição só seria possível por meio de uma revolução social que permitiria a abolição da propriedade privada dos meios de produção e a instituição de uma sociedade socialista, que poria fim à alienação do trabalho.

1.2 A formação histórica das relações de trabalho

A análise marxiana sobre as relações de trabalho está relacionada a história do desenvolvimento econômico e social, as quais são moldadas pelas formas de organização da produção e pela estrutura de classes dominantes ao longo do tempo. Para Marx, a história das relações de trabalho é a história da luta de classes, que se expressa nas diferentes formas de organização do trabalho e que resulta na definição de quem detém o controle sobre os meios de produção e como se dá a distribuição da riqueza gerada pelo trabalho:

A história de todas as sociedades até hoje existentes é a história das lutas de classes. Homem livre e escravo, patrício e plebeu, senhor feudal e servo, mestre de corporação e companheiro, em resumo, opressores e oprimidos, em constante oposição, têm vivido numa guerra ininterrupta, ora franca, ora disfarçada; uma guerra que terminou sempre ou por uma transformação revolucionária da sociedade inteira, ou pela destruição das duas classes em conflito. Nas mais remotas épocas da história, verificamos, quase por toda parte, uma completa estruturação da sociedade em classes distintas, uma múltipla gradação das posições sociais. [...] Entretanto, a nossa época [...] caracteriza-se por ter simplificado os antagonismos de classe. A sociedade divide-se, cada vez mais, em dois campos opostos, em duas grandes classes em confronto direto [...] (Marx; Engels, 1998, pp. 40-41).

Marx identifica distintas formas de relações de trabalho, cada uma vinculada a um modo de produção específico, e a transição entre essas formas é fundamental para compreender as transformações na estrutura social e econômica.

Na pré-história das sociedades humanas, as relações de trabalho eram marcadas por formas coletivas de produção, como as que existiam em sociedades tribais e comunais, onde o trabalho era principalmente ligado à subsistência, com uma divisão do trabalho rudimentar, mas ainda assim sem uma exploração sistemática. Na medida em que a humanidade evoluiu para formas mais complexas de organização social, as relações de trabalho começaram a se transformar, principalmente com a emergência da propriedade privada e a divisão da sociedade em classes sociais antagônicas.

Em seus estudos sobre a evolução histórica, Marx destaca o surgimento do modo de produção escravista, no qual a classe dominante, proprietária da terra e dos meios de produção, subjugava as castas sociais, composta em grande parte por escravizados, para realizar o trabalho necessário à produção de riquezas.

No modo de produção feudal, houve uma nova configuração das relações de trabalho, a partir da produção agrícola, e entre as castas estruturantes da sociedade feudal, os camponeses, em especial ou servos, trabalhavam a terra em troca de proteção e de uma parte da produção, atados a uma estrutura de dependência do senhor feudal, que controlava tanto a terra quanto a maioria dos recursos necessários à vida e a vida dos servos. Os quais, apesar de não serem formalmente escravizados, tinham liberdade restrita e sua relação com a terra era mediada por uma forma de trabalho compulsório, que alicerçava a relação de servidão. Contudo, essa dependência começou a ser transformada com o crescimento do comércio e da cidade, que gerou novas relações de trabalho, especialmente com o surgimento da classe burguesa, que seria a protagonista de uma revolução do modo de produção feudal.

Com a Revolução Industrial e a consequente transição do feudalismo para o capitalismo, houve uma ruptura drástica nas relações de trabalho, a qual, segundo Marx, não aconteceu por um processo espontâneo, mas resultou em uma acirrada luta entre as novas classes que surgiram desse processo histórico, e que seriam diretamente antagônicas: a burguesia e o proletariado. O novo sistema promoveu a separação radical entre os trabalhadores e os meios de produção, uma vez que os grandes proprietários de fábricas, terras e minas concentraram os recursos produtivos, e os trabalhadores foram forçados a vender a sua força de trabalho em troca de um salário.

O processo de industrialização fez com que os trabalhadores deixassem o campo e passassem a morar nas cidades, onde se tornaram parte de uma classe proletária que dependia exclusivamente de seu trabalho assalariado para sobreviver. E isso ocorreu devido ao “[...] florescimento da manufatura de lã, com a elevação consequente dos preços da lã, impulsionou diretamente essas violências na Inglaterra. A velha nobreza fora devorada pelas guerras feudais. A nova era produto de seu tempo, e para ela, o dinheiro era o poder dos poderes” (Marx, 1987, p. 833).

A nova configuração do trabalho capitalista impôs uma divisão ainda mais profunda entre as classes sociais, com a burguesia sendo a classe dominante que controlava os meios de produção e o proletariado vivendo em condições de exploração extrema. Já nesse contexto, as fábricas, principais locais da produção capitalista, operavam com jornadas intensas, em

condições insalubres e com um alto grau de desumanização do trabalhador, o que gerava uma alienação ainda mais profunda em relação ao processo de trabalho.

Naquele contexto, “A atuação simultânea de um grande número de trabalhadores num mesmo local, ou campo de atividade, para produzir a mesma espécie de mercadoria sob o comando de um mesmo capitalista, constitui histórica e logicamente, o ponto de partida da produção capitalista” (Marx, 1987, p. 375).

Com a revolução tecnológica ocorrida durante o século XX, intensificou-se ainda mais a transformação das relações de trabalho, aprofundando as contradições do capitalismo e aumentando a concentração de poder nas mãos de grandes corporações e acelerando a globalização econômica, que gerou novas formas de exploração devido ao avançado grau de desenvolvimento de forças produtivas. Com isso, o trabalho humano seria ainda mais precarizado, com as novas formas de precarização trabalho oriundo das chamadas terceirizações e uberização. É nesse contexto que se insere o setor de telemarketing, como consequência do processo de reestruturação produtiva, ocorrida a partir dos anos 1920, e do qual, esse setor se apresenta como bom exemplo de forma de trabalho caracterizada pela alta rotatividade de trabalhadores, baixa remuneração e formas de controle intensivo.

Assim, o trabalho já bastante precarizado nas fases anteriores de desenvolvimento do sistema capitalista, passou a ser intensamente controlado por tecnologias e pelo monitoramento eletrônico, que transforma o trabalhador em peça de um processo produtivo cada vez mais automatizado e dependente de seu esforço para gerar lucros. A modernização das condições de trabalho, portanto, não trouxe a emancipação, mas intensificou a exploração e a alienação do trabalhador, transformando-o praticamente em uma máquina de produzir riquezas, com condições de vida e trabalho ainda mais vulneráveis e degradantes.

Portanto, a formação histórica das relações de trabalho é um reflexo das mudanças nos modos de produção e das lutas sociais que as acompanharam, mas a história destas relações não ocorre sem resistência dos trabalhadores, muito ao contrário, desde as revoltas camponesas na Idade Média até os movimentos sindicais no século XIX e as lutas por direitos trabalhistas nos séculos XX e XXI, a história das relações de trabalho está intrinsecamente ligada à história da luta de classes e à luta dos trabalhadores contra os burgueses.

E, para Marx, compreender a formação histórica das relações de trabalho é essencial para entender a dinâmica da sociedade capitalista e as contradições que a estruturam. O processo de evolução das relações de trabalho, com suas distintas fases e formas de organização, reflete a transformação do capitalismo, que, ao longo de sua história, vem reformulando as estratégias

de exploração do trabalho, sempre em busca de formas mais eficientes e mais intensas de extração da mais-valia.

1.3 A mais-valia e a exploração do trabalhador

O conceito da mais-valia é um dos pilares da crítica marxiana e marxista ao capitalismo e é de suma importância para entender a dinâmica da exploração do trabalho. Para Marx a mais-valia consiste na parcela do valor produzido pelo trabalhador que é expropriada pelo capitalista. Conforme demonstra a dinâmica da produção capitalista, se o trabalhador gera integralmente o valor em sua jornada (100%), mas recebe apenas uma fração (30%) sob a forma de salário, os 70% restantes são apropriados pelo patrão como mais-valia – não como um "excedente" neutro, mas como resultado direto da exploração. Essa relação evidencia que o lucro capitalista não deriva de qualquer contribuição produtiva do empregador, mas sim da diferença entre o valor total criado pelo trabalho e a parcela mínima destinada à reprodução da força de trabalho. Desse modo, o sistema capitalista fundamenta-se na transferência compulsória desse trabalho não pago, ocultada sob a aparência de uma relação contratual equitativa entre salário e força de trabalho. Como afirma Marx (1987, p. 307), "a mais-valia é, portanto, o excesso do valor do produto sobre o valor dos seus elementos constitutivos, isto é, sobre a soma do valor dos meios de produção e do valor da força de trabalho", o que explicita o caráter estrutural da apropriação do excedente laboral pelo capital. Esse conceito está diretamente ligado à ideia de que o valor das mercadorias não é determinado pelo custo de sua produção ou pelos recursos materiais utilizados, mas sim pelo trabalho socialmente necessário para produzi-las.

No capitalismo, a força de trabalho — capacidade humana de produzir mercadorias — é tratada como uma mercadoria comprada pelo capitalista mediante o pagamento de um salário. Contudo, esse salário representa apenas uma fração do valor total que o trabalhador produz durante sua jornada. A diferença entre o valor criado pelo trabalhador e o valor que ele recebe como salário constitui a mais-valia, essência da exploração capitalista. Esse mecanismo assume formas distintas conforme o capitalismo se desenvolve, originando dois tipos fundamentais de mais-valia — a absoluta e a relativa — que serão detalhados adiante. A *mais-valia absoluta* é gerada quando o capitalista aumenta a jornada de trabalho do trabalhador sem aumentar proporcionalmente a sua remuneração. Isso implica em uma maior quantidade de trabalho não pago, que é extraída do trabalhador. A intensificação do trabalho, portanto, é uma

das formas de maximizar a mais-valia absoluta, forçando o trabalhador a trabalhar mais horas para gerar um excedente de valor que será apropriado pelo capitalista.

Em muitas indústrias e setores, essa forma de exploração é clara, com jornadas extenuantes e a constante pressão para que os trabalhadores aumentem sua produtividade. Para Marx, “A produção de mais valia absoluta gira exclusivamente em torno da duração da jornada de trabalho; a produção da mais valia relativa revoluciona totalmente os processos técnicos de trabalho e as combinações sociais” (Marx, 1987, p. 586). Mesmo existindo meios de que isso seja evitado, as empresas encontram brechas e permanecem aumentando a carga horária, Arimatéia (2019) destaca bem esse meios em:

É precisamente com vistas a inibir este fenômeno que os trabalhadores conquistaram o direito ao pagamento da chamada hora extra, que tem um valor de cerca de 50% a mais da hora trabalhada, normalmente. Atualmente, essas horas extras trabalhadas são convertidas em horas prêmios, banco de horas (Arimatéia, 2019, p.29)

Já a *mais-valia relativa* ocorre quando o capitalista aumenta a produção de valor sem necessariamente aumentar o tempo de trabalho. Isso é conseguido por meio da introdução de novas tecnologias ou pela reorganização do processo de trabalho para torná-lo mais produtivo. A modernização das técnicas de produção e o aumento da eficiência das máquinas são formas de aumentar a produtividade sem que, para isso, o trabalhador precise trabalhar mais horas, embora o trabalho seja mais intenso e exaustivo.

O aumento da mais-valia relativa é, portanto, uma forma de exploração que foca na intensificação da produtividade, e não na extensão do tempo de trabalho. De modo que, o trabalhador, ao ser submetido a esse tipo de pressão, é levado a trabalhar com maior velocidade, mais eficiência e menos pausas, o que, embora não aumente diretamente a jornada de trabalho, resulta em um trabalho mais exaustivo e alienante.

Em ambos os casos, o trabalhador não se beneficia diretamente do valor gerado durante o seu trabalho e, para Marx, isso é um reflexo da relação de dominação entre capital e trabalho, na qual a burguesia exerce um controle sobre o processo produtivo e se apropria do produto do trabalho alheio. A relação de exploração, portanto, não é uma questão de troca justa, mas uma relação de poder que permite ao capitalista extrair mais valia do trabalhador, do que aquele ele recebe em forma de salário. Ao contrário disso, a maior parte do trabalho executado e não pago, é precisamente a porção da riqueza produzida pelo trabalhador que lhe é expropriada.

A mais-valia é, assim, a medida concreta da exploração, porque ela representa a diferença entre o valor que o trabalhador cria e o valor que recebe sob a forma de salário. A

exploração no capitalismo, dessa maneira, não é apenas uma questão de um salário baixo, mas envolve a apropriação do trabalho alheio não pago, que é fundamental para o funcionamento do sistema capitalista, pois gera o lucro que aumenta a acumulação de capital. Em Marx, para Marx, a mais-valia extraída do trabalhador é exatamente o que enriquece a classe burguesa, quer dizer, é da extração do mais-valia que advém a acumulação de capital, por isso,

Capital, [...], não é apenas comando sobre trabalho, como dizia A. Smith. É essencialmente comando sobre trabalho não pago. (...) O segredo da auto expansão ou valorização do capital se reduz ao seu poder de dispor de uma quantidade determinada de trabalho alheio não pago (Marx, 1987, p. 617).

O capitalismo, por sua própria natureza, tende a buscar formas de acumular mais capital, o que significa reinvestir a mais-valia para expandir a produção e gerar novos lucros. Sendo esse o modo de operar do sistema de produção capitalista, a extração de mais valia é fundamental para a continuidade e manutenção do sistema. Ademais, visando acumular capital os burgueses precisam expandir os seus negócios e investir no desenvolvimento de forças produtivas, e dentro dessa lógica de funcionamento, geram-se as contradições do sistema, expressas nas constantes crises do capital e de superprodução de forças produtivas, queda na taxa de lucro, entre outros.

A busca incessante por mais-valia leva a uma contínua reestruturação das relações de trabalho, seja por meio da exploração intensificada do trabalho humano, seja pela substituição do trabalhador por tecnologia. Aqui, é importante destacar que essa busca também implica na precarização das condições de trabalho e em altos índices de desemprego, como ocorre no ramo do telemarketing, que tem a pressão para atingir metas e na alta rotatividade de trabalhadores como estratégias para maximizar a extração de mais-valia.

Em sentido adicional, a mais-valia e a exploração do trabalhador refletem diretamente na alienação presente no processo de trabalho capitalista, sendo que essa alienação está intrinsecamente ligada à forma como o valor gerado pelo trabalho é apropriado pela classe burguesa. Conforme exposto por Marx e Engels em *A Ideologia Alemã* (1846), a alienação manifesta-se quando o trabalhador, submetido à divisão social do trabalho, perde o controle sobre a produção material e o produto de sua atividade, vendo-se reduzido a um agente parcial dentro de um sistema produtivo que o separa de sua essência humana. Nesse sentido, ao produzir um excedente de valor que não lhe é reconhecido, o trabalhador se distancia do resultado final de seu trabalho, assumindo uma posição de mera engrenagem no processo produtivo. Essa alienação se manifesta na perda da autonomia, no enfraquecimento da

identidade pessoal e na desvalorização do trabalho como uma atividade criativa e humana, conforme elucida Marx, a seguir:

[...] Diz-nos o economista nacional que tudo é comprado com trabalho, e que o capital nada mais é do que trabalho acumulado. Mas ele nos diz, simultaneamente, que o trabalhador, longe de poder comprar tudo, tem de vender-se a si próprio e a sua humanidade no capitalismo, o trabalho deixa de ser uma atividade de realização pessoal e se transforma em um meio de sobrevivência, em que o trabalhador não possui controle sobre o que produz e como esse produto será utilizado. A mais-valia, nesse sentido, é o reflexo dessa alienação, pois é o valor do trabalho que se desprende do trabalhador e se torna propriedade do capitalista, reforçando a lógica de exploração do trabalho (Marx, 2004, p. 28).

A mais-valia em Marx é mais do que um conceito econômico, é uma chave para entender as relações de poder e dominação que estruturam o capitalismo, já que a exploração do trabalhador, iniciada com a extração da mais-valia, é o que impulsiona o sistema econômico, perpetua as desigualdades sociais e econômicas, possibilita a acumulação de capital e a manutenção do sistema. Por isso, a crítica marxiana à mais-valia não se limita a uma análise do valor do trabalho, mas ao próprio modo de produção capitalista, que subordina o trabalho humano à maximização do lucro, negando ao trabalhador a possibilidade de emancipar-se e de realizar plenamente as suas potencialidades.

A partir do exposto até aqui, acredita-se ser possível, no próximo capítulo, apontar o telemarketing como um setor paradigmático do capitalismo avançado, uma vez que a forma como se desenvolve o trabalho nesse setor, se caracteriza como um dos que apresenta os mais altos níveis de controle e intensificação do trabalho, na atualidade, junto com o processo de uberização e de terceirização do trabalho.

CAPÍTULO 2

A MECANIZAÇÃO DO TRABALHO E O FORDISMO COMO FORMAS DE DOMINAÇÃO E EXPLORAÇÃO

2.1 O fordismo e a consolidação da produção em massa

Como já afirmado, a Revolução Industrial representou um marco importantíssimo na transformação das relações de trabalho, porque impulsionou a substituição progressiva da força de trabalho humana por máquinas e instaurou novas formas de organização produtiva. É neste contexto, que a mecanização do trabalho e o modelo fordista de produção emergem como símbolos de uma nova era industrial, marcada pela eficiência e padronização da produção e controle sobre o trabalhador. São esses processos que serão pretendemos investigados neste capítulo, buscando analisar como essas formas de produção reestruturaram o ambiente fabril e se consolidaram como mecanismos de dominação do trabalhador e exploração da força de trabalho humana e da maquinaria.

Inicialmente, cabe destacar que a mecanização, ao introduzir máquinas nas linhas de produção, trouxe consigo a fragmentação das atividades produtivas, reduzindo o papel do trabalhador a funções repetitivas e especializadas. Essa reestruturação produtiva inspirou-se nos estudos de Frederick Taylor (1856-1915), os quais, uma vez aplicados resultaria no chamado “Taylorismo”, modelo que sistematizou a lógica da administração científica do trabalho. Ao buscar o “método único e melhor” para a execução de cada tarefa, Taylor promoveu um processo de desumanização do trabalhador, transformando-o em uma extensão da máquina. E isso porque, segundo Taylor (1995, p. 7): “No passado o homem era primeiro. No futuro o sistema deve ser primeiro. [...] O objetivo da boa administração deve ser pagar salários altos e ter baixos custos unitários de produção”.

Este modelo revela uma concepção mecanicista da organização do trabalho, na qual o trabalhador é subordinado a uma lógica técnica voltada exclusivamente para a maximização dos lucros, em detrimento de sua autonomia e bem-estar. Nesse processo, consolida-se o fenômeno da alienação tal como formulado por Marx (1844), manifestando-se em três

dimensões fundamentais: primeiro, pela perda do controle sobre o produto do trabalho; segundo, pela impossibilidade de reconhecer a atividade laboral como realização pessoal; e terceiro, pelo estranhamento em relação à própria essência humana. A introdução da mecanização, ainda que tenha promovido ganhos significativos de produtividade, estabeleceu simultaneamente um sistema de vigilância permanente, exemplificado pelo controle taylorista dos tempos e movimentos, que transformou o espaço produtivo em um ambiente de dominação e disciplinarização constante. Como observa Braverman (1974, p. 90), "o taylorismo não apenas dividiu o trabalho, mas também separou o conhecimento do processo produtivo do trabalhador, convertendo-o em mero executor de tarefas pré-determinadas".

O início do século XX marcou uma transformação profunda nas relações produtivas. O crescimento das cidades, a demanda crescente por bens de consumo e a ampliação dos mercados colocaram desafios inéditos para o modelo capitalista até então vigente. Neste contexto, Henry Ford (1863-1947) — industrial norte-americano — sistematizou uma nova forma de organização da produção, que ficou conhecida como fordismo. Esse modelo visava resolver o que Ford via como as limitações da manufatura tradicional, aumentando exponencialmente a produção através da padronização, divisão extrema das tarefas e aceleração do ritmo produtivo. Conforme destaca Antunes (2018, p. 112), "o fordismo representou a plena integração do taylorismo à linha de montagem, criando um sistema onde o trabalhador não apenas perdia o controle sobre o processo, mas também se via submetido a um ritmo imposto pelas máquinas".

O modelo fordista representou uma evolução do Taylorismo, ao incorporar a linha de montagem como eixo central da produção e obrigar os trabalhadores a executarem tarefas específicas em uma esteira rolante, visando maximizar a produção e reduzir os custos. Segundo o próprio Ford (1922, p. 85): "O princípio fundamental da produção em larga escala é reduzir o custo, tornando o produto acessível ao maior número possível de pessoas". Essa afirmação revela o duplo papel do trabalhador no sistema fordista: os de produtor e consumidor.

A introdução do salário relativamente elevado, conhecido como "Five Dollar Day", tinha como propósito não apenas aumentar o consumo, mas também disciplinar o trabalhador, fidelizá-lo à empresa e reduzir o índice de rotatividade. Nesse sentido, o fordismo foi caracterizado principalmente pela implementação da linha de montagem contínua, na qual, os trabalhadores realizavam tarefas específicas, repetitivas e especializadas, em espaço de tempo rigidamente controlado. Nela, cada indivíduo exercia um papel pré-determinado e mínimo na cadeia produtiva, de modo que sequer via o seu trabalho no produto final de sua atividade laboral. A fragmentação do processo produtivo garantiu o aumento da produtividade e a redução

de custos, ao mesmo tempo que restringia a autonomia do trabalhador. O que permitiu ampliar produção, aumentar os lucros e extrair com maior intensidade a mais-valia relativa.

Esta nova organização do trabalho, embora promovida como símbolo do progresso industrial e da modernização da sociedade, consolidou uma das formas mais rígidas de controle sobre o trabalhador. A linha de montagem, embora eficaz do ponto de vista técnico, passou a operar como um dispositivo disciplinador, onde o ritmo da produção não era ditado pelo trabalhador, mas pelas máquinas — ou, mais precisamente, pelo interesse do capital. Ademais, o fordismo instituiu um modelo social e cultural, ao induzir o trabalhador a comprar bens que ele mesmo produzia, com o seu salário, difundindo a tal ideia do chamado “salário-fordista”. Assim, Ford não apenas mascarava o fato de o consumo ser possível apenas mediante o sacrifício da subjetividade e da autonomia do trabalhador, mas também, da sua saúde física e mental. Tal como Marx já havia apontado no século XIX, sobre o fato dessa forma de trabalho produzir riqueza material e, ao mesmo tempo, empobrecer o trabalhador em âmbitos material e humano. Sobre essa questão, o filósofo alemão apontava que,

O trabalho alienado transforma, portanto, a vida da espécie do homem — tanto a natureza quanto a sua essência espiritual — em um ser alheio, em um meio de sua existência individual. Ele aliena do homem o seu próprio corpo, assim como a natureza exterior, sua essência espiritual, sua essência humana (Marx, 2004, p. 128).

Neste contexto, a fábrica tornara-se o espaço privilegiado de expressão do poder do capital sobre a vida; e o espaço de organização da produção e do tempo que se converte em uma tecnologia de dominação, transformando o trabalhador em mera peça da engrenagem da produção fabril, extremamente vigiado e facilmente substituível, descartável.

2.2 A alienação e a fragmentação do trabalhador na era da máquina

A mecanização e o Fordismo consolidaram um modelo industrial que domina a vida humana e que manifesta por meio da organização racional do trabalho e da imposição de ritmos produtivos intensificados e de cujos lucros da produção, o trabalhador não participa, por ser expropriado da riqueza que produz, pelo dono dos meios de produção. Assim, quanto mais se acentua a divisão técnica do trabalho, imposta por esses modelos, mais se aprofundam as desigualdades sociais, ao mesmo tempo que se busca naturalizar a ideia de que o trabalhador é

apenas uma engrenagem do sistema produtivo, e não o verdadeiro produtor de riquezas. Sob essa lógica, a eficiência e a produtividade se tornaram justificativas para práticas laborais extenuantes, desumanas e, sobretudo, alienantes.

A intensificação da divisão do trabalho promovida pelo fordismo, em conjunto com a rigidez dos tempos e movimentos da linha de montagem, contribuiu para a construção de um novo biótipo físico de trabalhador e gerou novas formas de alienação, ainda mais agudas do que as descritas nas primeiras análises de Marx, pois, nesse modelo, o trabalhador, não apenas é separado do produto de seu trabalho, ele perde qualquer senso de controle sobre o processo produtivo como um todo. Ele passa a atuar quase de forma automática, seguindo ordens, ritmos e padrões que não são de sua escolha, nem passíveis de questionamentos.

Sobre esta questão, Daniela Arimatéia (2019) demonstra em sua análise como a maquinaria capitalista transcende sua função produtiva original para assumir um papel ativo na dominação laboral. A autora identifica que os aparatos tecnológicos, além de instrumentos de produção, transformam-se em dispositivos de opressão que conformam subjetividades adaptadas às exigências do capital. Nesse processo, o trabalhador é reduzido a uma função operacional específica, destituído de qualquer relação significativa com o produto de seu trabalho. Como a autora explica:

Embora seja ele quem produz a mercadoria, o trabalhador não se reconhece no produto final de seu próprio trabalho, tendo em vista o fetiche da mercadoria, processo no qual a mercadoria adquire vida própria de modo a impedir que o trabalhador reconheça e/ou identifique as múltiplas determinações que a constitui (Arimatéia, 2019, p. 31)

Marx já antecipava essa dinâmica ao descrever como, sob o domínio do capital, o trabalhador é subordinado ao maquinário, ao dizer que “A maquinaria [...] opera sobre o trabalhador como uma força estranha, como um poder do capital sobre o trabalhador, um poder que se autonomizou e o submete” (Marx, 1987, p. 440). O resultado desse processo é a fragmentação do sujeito, a redução de suas habilidades ao mínimo necessário; a supressão da sua capacidade de pensar e de decidir, e até mesmo a sua percepção de tempo e espaço passa a ser absorvida pelo compasso da máquina.

De tal modo que, aponta Antunes (2005), “a fábrica fordista é uma escola de docilidade e obediência, onde o corpo do trabalhador é treinado para obedecer, e a mente, para se calar”. Este grau de alienação atingiria físico – por repetição e opressão (vigilância); e psicológico (obediência) do trabalhador.

De modo que, a monotonia, o cansaço e a ausência de sentido tomam o lugar da realização pessoal, e o trabalho, que poderia ser uma atividade de criação e expressão humana, torna-se punição — remanescente do *tripalium*, instrumento de tortura, que origina a etimologia da palavra “trabalho”. Nesse aspecto, o capitalismo industrial exibe sua face mais cruel, pois, ao mesmo tempo que se apresenta como progresso, esconde uma profunda negação da humanidade do trabalhador.

2.3. Do fordismo à precarização contemporânea

Embora o modelo fordista tenha sido criticado e, em parte, substituído por formas mais “flexíveis” de produção — como ocorre no toyotismo, modelo enxuto e misto — sua lógica de fundo permanece operante em muitos setores do trabalho contemporâneo. Essa permanência é visível especialmente em setores de serviços precarizados, como é o caso da área de telemarketing, cuja forma de trabalho é altamente roteirizada e cronometrada, já que o operador desse setor deve seguir um *script* previamente definido, sem margem para improvisação ou criatividade, tal como o trabalhador da linha de montagem de tipo fordista, que executa a mesma tarefa repetidamente. Neste setor, a supervisão é intensa, o controle dos minutos de pausa e a meta de atendimentos por hora são rígidos; e a vigilância eletrônica constante reforça a ideia de um trabalho disciplinado e despersonalizado.

Conforme já apontado por estudiosos como Ricardo Antunes (2009), o que se observa é uma ressignificação do Taylorismo-Fordismo no setor de serviços, com novos instrumentos de controle tecnológico, mas mantendo os fundamentos da subordinação do trabalhador ao processo produtivo. Nesse contexto, o processo de produção passa a exigir o cumprimento de metas e a redução de custos, evidenciando formas modernas de exploração do trabalho, a partir da lógica fordista, adaptada às exigências do capitalismo informacional.

Como sintetiza Antunes (2009, p. 35), ao dizer que “As formas contemporâneas de organização do trabalho mantêm traços essenciais do modelo taylorista-fordista, ainda que recobertas por novas roupagens técnico-gerenciais”. E o telemarketing é o setor que mais sofisticou a produção em série fordista, porque a transfere do chão da fábrica para os escritórios, preservando suas bases de dominação, controle e alienação que força o trabalhador a parecer estar disponível, gentil, motivado — mesmo quando está exausto, doente ou abalado.

A alienação se torna emocional, afetiva, estética. A mecanização do trabalho, antes física, é agora psíquica. Como escreve Daniela Arimatéia (2019), “o trabalhador é incitado a

sorrir, a acolher e a persuadir, mesmo sob dor e angústia". E é justamente isso que o conecta à tradição do fordismo: o esvaziamento da individualidade em nome da produtividade. Ricardo Antunes, ao refletir sobre esse fenômeno, afirma: "O novo trabalho imaterial é cada vez mais subordinado às mesmas exigências do trabalho fabril: ele é cronometrado, mensurado, monitorado, ainda que com ferramentas mais sutis e menos visíveis. O capital reinventou o fordismo na era digital" (Antunes, 2009, p. 88).

O que o discurso da "flexibilidade" e da "modernização" do trabalho faz é esconder a intensificação das formas de exploração, nesse sentido, o telemarketing é herdeira do fordismo, é um fordismo pós-moderno, que faz o trabalhador internalizado e naturalizar o controle sobre o seu corpo e mente; que mascara o seu sofrimento por meio do falso discurso do "atendimento humanizado".

Com efeito, a precarização, o adoecimento psíquico, a alta rotatividade e a perda de sentido no trabalho são marcas dessa nova forma de alienação, pois, no novo modelo produtivo, as tecnologias, ao invés de libertar o trabalhador, como prometido pelos defensores do progresso, foram construídas por eles como instrumento de intensificação do controle do processo produtivo para garantir a acumulação de capital. Todos estes elementos operadores da linha de montagem fabril foram transportados para os *call centers*, do setor de telemarketing agora mediada por *headsets*, computadores e metas digitais, depositário das mais avançadas tecnologias desenvolvidas neste setor de serviços.

Em síntese, o fordismo permanece vivo, adaptado, reconfigurado e modernizado, mas ainda operante naquilo que tem de mais essencial: que é a subordinação do trabalhador ao capital, a padronização das atividades produtivas, extração da mais-valia pela via da intensificação do trabalho e do controle dos corpos e das mentes dos trabalhadores.

CAPÍTULO 3

A DINÂMICA DA EXPLORAÇÃO NO TELEMARKETING

3.1 O telemarketing como setor do capitalismo avançado.

O telemarketing ilustra bem as mudanças no cenário profissional sob o capitalismo neoliberal em sua fase mais avançada. Como um sistema altamente formatado e dependente de tecnologia, ele se encaixa na economia de serviços, um setor que cresceu muito com a globalização e a reestruturação produtiva desde o final do século XX. Nesse sistema, um Estado menor, leis trabalhistas flexíveis e a terceirização em grande escala — bases do neoliberalismo — impulsionaram um setor com longas jornadas, baixos salários e empregos instáveis, nos quais os trabalhadores são vistos como descartáveis.

Curiosamente, esse setor é um dos que mais reúnem diversidade cultural, étnica, de gênero e sexualidade no mercado de trabalho atual. A necessidade de mão de obra barata e a natureza descentralizada do telemarketing atraem pessoas de diferentes origens, incluindo mulheres, negros, LGBTQIAP+ e imigrantes, muitos deles excluídos de áreas mais tradicionais. No entanto, essa diversidade não traz igualdade: no sistema neoliberal, a inclusão marginal desses grupos não quebra as estruturas de opressão, mas faz parte de uma estratégia de precarização geral. A exploração, nesse sentido, é democratizada — não para assegurar direitos, mas para aumentar o número de trabalhadores vulneráveis e de força de trabalho barata —.

Portanto, o telemarketing resume as contradições do capitalismo neoliberal: um setor que absorve a diversidade humana para transformá-la em produtividade controlada por algoritmos, cuja variedade de identidades convive com a uniformização da exploração. Diferente das indústrias manufatureiras que marcaram as fases iniciais do capitalismo industrial, o telemarketing representa uma nova forma de organização do trabalho, baseada na comunicação massificada, no controle extremado sobre o trabalho, intensa supervisão e fragmentação das tarefas.

Neste ramo de serviços, o trabalhador ocupa uma posição central na cadeia de intermediação entre as empresas e os consumidores, por ser ele o responsável por captar

clientes, oferecer produtos ou resolver demandas que, de outra forma, poderiam ser automatizadas. No entanto, essa aparente centralidade não se traduz em valorização do trabalho ou melhores condições laborais, mas em uma exploração intensificada, onde a mercadoria vendida não é um produto tangível, mas a própria força de trabalho comunicativa dos operadores. Como exemplifica Antunes (2009, p.45) “Os operadores de telemarketing são os info proletários do século XXI: trabalhadores hiperconectados, mas profundamente alienados, cuja produtividade é medida em segundos de chamada e índices de satisfação artificialmente construídos.”

No contexto do capitalismo avançado, o telemarketing reflete as novas dinâmicas da acumulação capitalista, que busca constantemente reduzir custos e aumentar a eficiência produtiva. O desenvolvimento tecnológico, especialmente no campo da informática e das telecomunicações, permitiu a criação de centrais de atendimento que operam de forma ininterrupta, conectando trabalhadores a clientes em diferentes fusos horários e regiões do mundo.

Esse processo tem sido impulsionado pela lógica da terceirização e da subcontratação, que são estratégias utilizadas pelas grandes corporações para minimizar despesas trabalhistas e maximizar seus lucros. Por estes aspectos, podemos dizer que o setor de telemarketing se apresenta com uma espécie de esteira de linha de produção de fábrica bastante sofisticada, porque, nele, além da acentuada fragmentação das tarefas, o controle e a velocidade a que estão submetidos os trabalhadores, são ainda mais intensos.

Assim, ao descentralizar a produção de serviços e transferir parte das responsabilidades para empresas menores, os conglomerados empresariais reduzem custos operacionais e evitam encargos trabalhistas, ao mesmo tempo que impõem condições mais precárias aos operadores de telemarketing, de forma que o setor se estrutura como um ambiente de trabalho altamente precarizado, onde os vínculos empregatícios são frágeis e as jornadas são extenuantes, características típicas do capitalismo contemporâneo.

Além disso, o telemarketing incorpora mecanismos sofisticados de controle e vigilância sobre o trabalhador, que são fundamentais para a manutenção da disciplina e da produtividade dentro desse setor. Dados do IBGE (2021) e do DIEESE (2020) apontam que softwares avançados monitoram, em tempo real, o tempo de ligação, o número de atendimentos realizados, as respostas dos clientes e até mesmo a entonação da voz dos operadores. Cada segundo é contabilizado, e qualquer variação na produtividade pode ser interpretada como falta de empenho ou inadequação ao serviço. Como sintetiza Ricardo Antunes:

Os operadores de telemarketing, esses info proletários do capitalismo digital, personificam a nova face da exploração no século XXI. Sua jornada de trabalho é regida por algoritmos que ditam pausas cronometradas, tempos mínimos de chamada e métricas de produtividade que transformam a comunicação humana em fluxo de dados. O que vendem não é um produto material, mas sua própria capacidade de persuasão, sua voz treinada para sorrir ao telefone, sua paciência esgotada em scripts pré-fabricados.

Aqui, a precarização assume contornos dramáticos: salários aviltantes justificados pela 'ausência de qualificação' (como se repetir frases robotizadas 500 vezes ao dia não exigisse um tipo perverso de habilidade), rotatividade que beira os 300% ao ano, e um assédio gerencial que monitora até o tom de voz. A tecnologia, longe de libertar, serve como instrumento de vigilância total: gravações aleatórias, sistemas de scoring que classificam humanos como 'produtivos' ou 'descartáveis', e a ameaça constante da automação — que paira como um fantasma sobre essas 'fábricas de voz'.

É a degradação real do trabalho virtual: mesmo imersos em cabines high-tech, esses trabalhadores enfrentam condições análogas às dos operários do século XIX — agora sem sequer o direito à desconexão. (Antunes, 2009, pp. 98-100)

Aqui, importa lembrar que esse controle rígido remete às análises de Foucault, sobretudo em *Vigiar e Punir* (1977), sobre as sociedades disciplinares, nas quais a supervisão constante cria um ambiente de autocensura e conformismo. No telemarketing, a imposição de metas inatingíveis, a avaliação de desempenho constante e a ameaça de demissão geram um ambiente de extrema pressão psicológica, que afeta diretamente a saúde mental dos trabalhadores.

Em sua obra *O ponto zero da revolução* (2019), Silvia Federici apontara que o trabalho não é apenas um meio de sustentar a vida material, mas também tem efeitos profundos na saúde emocional dos trabalhadores. Ela argumenta que, ao impor uma rotina de exploração e sobrecarga, o sistema capitalista despoja as pessoas de sua autonomia emocional, deixando-as vulneráveis ao estresse, à exaustão e ao desespero.

Outro aspecto que torna o telemarketing um símbolo do capitalismo avançado é sua inserção na lógica de financeirização da economia. Muitas empresas que utilizam serviços de telemarketing estão ligadas ao setor financeiro, seja por meio da oferta de crédito, cobrança de dívidas ou venda de produtos bancários. Isso demonstra como o trabalho nesse setor não está desvinculado das estruturas mais amplas do capitalismo contemporâneo, mas sim profundamente conectado às estratégias de acumulação do capital financeiro.

A lógica do endividamento da população, impulsionada pela necessidade de consumo e pela precarização do trabalho, encontra no telemarketing um de seus instrumentos de perpetuação, onde trabalhadores, muitas vezes endividados, vendem serviços financeiros que os próprios clientes não conseguem pagar. Dessa forma, o telemarketing se torna um espaço

onde as contradições do capitalismo se manifestam de maneira evidente: ao mesmo tempo em que gera lucros para grandes corporações, ele precariza as condições de vida daqueles que sustentam seu funcionamento. Como lembra Ricardo Antunes (2009), esses info proletários são a face mais crua da degradação do trabalho na era digital: vendem serviços financeiros que não podem usufruir, sob vigilância de sistemas que os tratam como dados descartáveis.

É importante destacar que o telemarketing representa não apenas uma forma de trabalho precário, mas também um modelo de relação social dentro do capitalismo contemporâneo. O distanciamento entre trabalhador e cliente, mediado por tecnologias de comunicação, simboliza a crescente desumanização das relações trabalhistas. O operador de telemarketing é treinado para seguir scripts rígidos, evitando qualquer tipo de personalização real no atendimento, enquanto o cliente, por sua vez, muitas vezes vê o atendente como uma extensão da empresa e não como um indivíduo.

Este tipo de interação evidencia a alienação não apenas do trabalhador em relação ao seu próprio trabalho, mas também nas relações interpessoais, que se tornam cada vez mais mediadas por regras empresariais e pela busca constante pelo lucro. Assim, o telemarketing se insere como um dos exemplos mais representativos da transformação do trabalho no capitalismo avançado, onde a tecnologia, ao invés de promover a emancipação dos trabalhadores, intensifica sua exploração e restringe sua autonomia.

3.2 O controle e a intensificação do trabalho no telemarketing

O telemarketing é tido como um dos mais rígidos sistemas de controle do trabalho no capitalismo contemporâneo. Desde o momento em que um operador de telemarketing inicia sua jornada, cada aspecto de sua atividade é monitorado por sistemas digitais que registram a duração das chamadas, o tempo de pausa entre ligações, a entonação da voz e até a resposta emocional do cliente.

Segundo Lima (2012), a organização do trabalho no setor de telemarketing é marcada por sistemas de controle que regulam minuciosamente tanto o tempo quanto os gestos dos operadores. Esse modelo de gestão, ao restringir progressivamente a liberdade de ação dos trabalhadores, culmina em um ambiente laboral onde a cobrança por resultados quantitativos se sobrepõe a quaisquer possibilidades de autonomia no exercício das atividades.

O uso de tecnologias de rastreamento e de inteligência artificial para medir a produtividade insere o telemarketing em uma lógica de maximização da eficiência e redução de custos, ampliando a pressão psicológica sobre os operadores. A exigência de cumprimento de metas diárias, como número de vendas, atendimentos realizados ou tempo médio de resposta, reforça a lógica capitalista de extração do máximo de valor do trabalhador dentro do menor tempo possível, intensificando a exploração e minando sua resistência física e mental.

Além da supervisão tecnológica, a organização do trabalho no telemarketing é estruturada de modo a eliminar qualquer forma de tempo ocioso, transformando cada segundo da jornada em tempo produtivo. Os intervalos entre chamadas são mínimos e rigidamente controlados, e os trabalhadores são frequentemente proibidos de deixar seus postos sem autorização. As pausas para necessidades fisiológicas são cronometradas, e há casos em que os supervisores aplicam sanções a operadores que ultrapassam os limites de tempo estabelecidos.

Esse tipo de organização evidencia o que Marx denominava como “subsunção real do trabalho ao capital”, ou seja, um estágio no qual o próprio tempo biológico e social do trabalhador é inteiramente moldado pelas exigências da produção. E, para ele, “com a subsunção real do trabalho ao capital, dá-se uma revolução total (que prossegue e se repete continuamente) no próprio modo de produção, na produtividade do trabalho e na relação entre o capitalista e o operário” (Marx, 1978, p. 56).

No telemarketing, essa subsunção se traduz na impossibilidade de qualquer forma de descanso não planejado e na submissão do corpo e da mente ao ritmo imposto pelo sistema automatizado de ligações. Dessa forma, o tempo do trabalhador deixa de lhe pertencer, sendo totalmente apropriado pelo capital. Outro aspecto fundamental do controle neste setor é a imposição de um comportamento emocionalmente padronizado, por isso os operadores devem seguir roteiros específicos, ter um tom de voz agradável e uma postura cordial, independentemente das condições de trabalho às quais estiverem submetidos.

Tal fenômeno, foi estudado por Arlie Hochschild na teoria do “trabalho emocional”, pela qual revela como as emoções do trabalhador se tornam mercadorias dentro do processo produtivo. Segundo a autora, o trabalho emocional envolve não apenas a gestão de nossas emoções, mas também dos outros, pois, segundo a lógica produtivista capitalista, é necessário que se produza uma resposta emocional desejada para que se possa atender adequadamente tanto à clientela, quanto as pessoas com as quais interagimos socialmente.

No telemarketing, os operadores são obrigados a esconder suas frustrações e insatisfações para oferecer uma experiência agradável ao cliente, independentemente do tratamento recebido. Esse processo de mercantilização da subjetividade intensifica a alienação

do trabalhador, que não apenas perde o controle sobre sua força de trabalho, mas também sobre sua própria expressão emocional. Como resultado, muitos operadores desenvolvem problemas psicológicos, como ansiedade, depressão e esgotamento mental, efeitos colaterais diretos desse sistema de controle exacerbado.

Ademais, a intensificação do trabalho no telemarketing também se manifesta na forma de metas constantemente elevadas, um mecanismo que obriga os trabalhadores a um esforço cada vez maior para manterem seus empregos. Empresas desse setor frequentemente adotam estratégias de “gestão pelo medo”, ameaçando demissões e reduzindo benefícios caso os operadores não alcancem determinados índices de produtividade.

Essa pressão constante cria um ambiente de competição interna, onde os trabalhadores, ao invés de desenvolverem relações de solidariedade, são incentivados a enxergar seus colegas como concorrentes diretos. Esse tipo de gestão se alinha à lógica neoliberal, na qual a responsabilização individual pelo sucesso ou fracasso esconde as condições estruturais de exploração impostas pelo sistema.

Assim, a intensificação do trabalho no telemarketing não se resume ao aumento do ritmo das ligações, mas envolve também um mecanismo psicológico que leva os trabalhadores a internalizarem a lógica do capital e aceitarem condições abusivas como algo natural ou inevitável. Ademais, é importante destacar que o controle e a intensificação do trabalho no telemarketing representam uma forma sofisticada de extração de mais-valia.

Ao reduzir os tempos de pausa, impor metas elevadas e controlar a subjetividade dos trabalhadores, as empresas desse setor conseguem aumentar significativamente sua produtividade sem elevar proporcionalmente os custos com mão de obra. O resultado é uma força de trabalho extenuada, com alta rotatividade e baixos salários, o que mantém o telemarketing como um dos setores mais precarizados do capitalismo contemporâneo.

Este modelo de exploração, embora maximamente eficiente para os empregadores, gera consequências severas para os trabalhadores, que frequentemente enfrentam problemas de saúde física e mental, além da insegurança decorrente da falta de estabilidade no emprego. O telemarketing, assim, exemplifica a capacidade do capitalismo de reinventar seus métodos de controle e exploração, transformando até mesmo a comunicação e as emoções humanas em fontes de lucro.

3.3 A alienação e a subjetividade do trabalhador

A alienação do trabalhador no telemarketing manifesta-se de maneira intensa e de múltiplas formas, refletindo as condições de exploração impostas pelo capitalismo contemporâneo. Em Marx, a alienação ocorre quando o trabalhador perde o controle sobre sua própria atividade produtiva, tornando-se um mero instrumento dentro do processo de valorização do capital. No telemarketing, essa dinâmica se expressa na completa separação entre o operador e o resultado de seu trabalho.

Lima (2012) analisa que os operadores de telemarketing são submetidos a um modelo de trabalho que os transforma em simples reprodutores de roteiros preestabelecidos. Essa dinâmica, ao converter a atividade laboral em sequências mecânicas de ações, promove um duplo processo: por um lado, a coisificação do trabalho, onde a atividade humana é reduzida a procedimentos padronizados; por outro, o distanciamento do trabalhador em relação aos resultados de seu próprio esforço, característica fundamental da alienação no contexto capitalista. Ele não possui qualquer influência sobre os produtos ou serviços que vende, tampouco sobre as decisões da empresa, e seu papel se reduz a seguir roteiros previamente elaborados, sem espaço para criatividade ou autonomia.

Com efeito, a atividade diária do trabalhador se torna repetitiva e mecânica, intensificando o sentimento de estranhamento e dissociação em relação ao próprio trabalho. Esse fenômeno é ainda mais evidente quando consideramos que o operador não vê o cliente e muitas vezes sequer tem conhecimento sobre a empresa ou produto que representa, sendo reduzido a uma voz sem rosto, um intermediário sem identidade dentro da cadeia produtiva.

Além do conteúdo da concepção de alienação marxiana relativa ao estranhamento do trabalhador em relação ao produto final do seu trabalho, física e psicologicamente refere-se ao próprio ato de trabalhar, no qual o trabalhador não encontra qualquer satisfação na atividade que desempenha. Como Arimatéia (2019) expõe:

[...]esse sistema, são as máquinas que determinam o ritmo do trabalho, cabendo ao operariado executar perfeitamente sua função, que se limita a uma etapa do processo produtivo. Uma função que se repete durante toda a jornada de trabalho gerando alienação física e psicológica ao trabalhador, porque este não mais conhece todas as etapas da linha e, por isso, não tem consciência de todo o processo produtivo, o que o impede de se reconhecer no produto final do seu próprio trabalho. Em geral, ambos os métodos objetivavam ampliar a produção em menor tempo, aumentando a extração de mais valia por meio da exploração da força de trabalho. (Arimatéia, 2019, p.43)

E, no setor de telemarketing, a sensação de que o trabalho é um instrumento de tortura física e mental, é ainda mais acentuada pela intensificação do ritmo das ligações, padronização do discurso e a ausência de pausas adequadas ao descanso.

O trabalho não é vivenciado como um meio de realização pessoal ou expressão criativa, mas como uma obrigação exaustiva que visa apenas a sobrevivência. O desgaste físico e mental gerado por essa rotina evidencia como o trabalho alienado não apenas priva o indivíduo de seu tempo, mas também de sua vitalidade e bem-estar. Como Marx apontava, o trabalho alienado transforma o ser humano em um ser fragmentado, que se sente mais vivo fora do ambiente de trabalho do que dentro dele:

O trabalhador se torna mais pobre quanto mais riqueza produz, mais sua produção aumenta em poder e magnitude. O trabalhador se torna uma mercadoria ainda mais miserável, e sua relação com seu trabalho se transforma em uma relação de estranhamento, porque ele se torna alienado do produto do seu trabalho, do processo de trabalho e de sua própria essência humana (Marx, 1844, p. 132).

No caso do telemarketing, essa sensação é amplificada pelo controle absoluto exercido sobre cada aspecto da jornada laboral, tornando o trabalho algo a ser suportado e não a ser vivido.

Outro aspecto central da alienação no setor é a mercantilização da subjetividade do trabalhador, o qual, diferente da alienação em setores industriais, onde a exploração se dá majoritariamente pela apropriação da força física, no telemarketing há um componente adicional: a exploração da dimensão emocional. Os operadores são obrigados a adotar uma postura sempre positiva e cordial, independentemente do que realmente sentem ou da forma como são tratados pelos clientes.

Tal exigência impõe uma desconexão entre as emoções genuínas do trabalhador e aquelas que ele deve expressar para garantir seu emprego. Essa repressão emocional contínua pode gerar um desgaste psicológico significativo, levando ao esgotamento mental, ansiedade e depressão. Dessa forma, a alienação nesta área não se limita ao aspecto econômico, mas se estende ao nível mais profundo da identidade do trabalhador, tornando-se um mecanismo de controle da própria subjetividade, ademais, se manifesta, também, na ausência de perspectiva de crescimento ou mudança dentro do setor.

Diferentemente de outras ocupações, onde há possibilidade de progressão na carreira, no telemarketing a estrutura hierárquica rígida e as altas taxas de rotatividade fazem com que a grande maioria dos trabalhadores permaneça em posições precárias e instáveis. E

essa falta de horizonte profissional gera um sentimento de desesperança e conformismo, dificultando a organização coletiva e a busca por melhores condições de trabalho.

Muitos operadores entram no setor como uma alternativa temporária, mas encontram-se presos a uma realidade onde a exaustão diária impede qualquer planejamento de longo prazo. Essa precarização estrutural reforça a alienação, pois impede que o trabalhador enxergue seu esforço como parte de um projeto de vida, assim, o trabalho se reduz a um fardo inevitável, Lima (2012) descreve que as condições de trabalho no setor de telemarketing são marcadas por precarização progressiva, com baixa remuneração, alta rotatividade de funcionários e falta de perspectivas reais de crescimento profissional. Ele enfatiza que essa situação agrava a alienação dos trabalhadores, pois impede que eles vejam o próprio trabalho como um meio de realização pessoal ou projeto de vida.

Portanto, a alienação neste ramo de trabalho não é apenas uma consequência individual, mas um reflexo da lógica capitalista de extração máxima de mais-valia. O setor se estrutura de forma a manter os trabalhadores isolados uns dos outros, minimizando sua capacidade de resistência e organização, devido à alta rotatividade e o caráter temporário da ocupação e as dificuldades que os trabalhadores enfrentam no tocante à formação de laços de solidariedade e à construção de movimentos sindicais efetivos.

O telemarketing é, pois, um exemplo ilustrativo de um modelo de trabalho cuja alienação não é apenas um efeito colateral, mas um elemento central do funcionamento do sistema, pois explora não apenas o tempo e a força de trabalho, mas também a subjetividade e as emoções dos trabalhadores, o capitalismo contemporâneo demonstra a sua capacidade de expansão e de sofisticação de seus mecanismos de dominação, tornando o trabalho cada vez mais extenuante e desumanizador.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta pesquisa, procuramos compreender, de maneira aprofundada e crítica, as mutações do trabalho sob a lógica do capitalismo, evidenciando como sua organização histórica se ancora, desde o início, em mecanismos de dominação, alienação e exploração da força de trabalho. Essa trajetória foi analisada em três momentos fundamentais: a concepção teórica do trabalho como categoria central do pensamento marxista; o processo de mecanização e padronização da produção sob o fordismo; e, por fim, a realidade precarizada e emocionalmente controlada do setor de telemarketing, que constitui uma das expressões mais visíveis da exploração contemporânea.

No primeiro momento, recuperamos a importância da crítica marxiana ao modo como o trabalho é apropriado no capitalismo. Marx, ao tratar do processo de trabalho, demonstra como o capital transforma a atividade produtiva em um meio de exploração contínua. A análise da mais-valia, seja em sua forma absoluta ou relativa, nos permitiu compreender que o lucro capitalista se realiza a partir da apropriação do tempo de vida do trabalhador, cuja força de trabalho é comprada como mercadoria e consumida no processo produtivo.

A alienação, nesse sentido, não se limita ao afastamento do trabalhador em relação ao produto de seu trabalho, mas estende-se à sua subjetividade, afetando sua capacidade de pensar criticamente, de decidir sobre sua própria vida e de agir como sujeito coletivo. O trabalho, portanto, sob o domínio do capital, deixa de ser um meio de humanização e passa a ser instrumento de opressão. Este ponto foi enfatizado pela articulação teórica com autores como Antunes e Gorz, que demonstram a atualidade da crítica marxista diante das novas configurações do trabalho, que, embora alteradas tecnologicamente, preservam sua essência exploratória.

Por conseguinte, o estudo do fordismo permitiu compreender como a mecanização da produção e a imposição da linha de montagem transformaram o trabalhador em peça da engrenagem industrial. Este modelo produtivo não apenas disciplinou os corpos por meio da divisão extrema do trabalho, mas também moldou uma cultura organizacional centrada na obediência, na repetição e na produtividade. A máquina, mais do que ferramenta técnica, tornou-se símbolo do controle total do capital sobre o tempo, o movimento e o pensamento do trabalhador.

Nessa lógica, o chamado “salário-fordista” representou uma tentativa de criar um pacto entre capital e trabalho, mas, em última instância, revelou-se insuficiente para reverter os efeitos da alienação. A racionalidade produtiva do fordismo foi apresentada como progresso, mas mascarava a anulação da subjetividade operária. Ao problematizar essa lógica, foi possível compreender que o fordismo não apenas intensificou a exploração, mas também a estetizou, conferindo-lhe uma aparência de normalidade técnica e eficiência funcional.

Mirando o setor de telemarketing, vemos que as formas históricas de exploração se mantêm presentes, ainda que sob novas roupagens e tecnologias. O operador de telemarketing é, ao mesmo tempo, vigiado, mensurado e cobrado. Sua performance não é apenas técnica, mas afetiva: é preciso sorrir, ser gentil, demonstrar empatia — tudo sob pressão constante. A linguagem da empresa, que adota termos como “colaborador”, “meta” e “*feedback*”, funcionam como instrumentos ideológicos que encobrem relações profundamente desiguais.

A alienação emocional, nesse sentido, exige que o trabalhador se desconecte de sua própria experiência para manter uma imagem artificial e funcional. A subjetividade se torna mercadoria, e o sofrimento psíquico é tratado como ineficiência. Através da análise desse setor, foi possível observar a persistência da lógica fordista no trabalho imaterial e emocional, revelando que a modernização tecnológica não significou libertação, mas apenas uma nova configuração da dominação.

Essas constatações nos permitem afirmar que a precarização do trabalho não é um fenômeno isolado ou recente, mas sim a continuidade histórica do processo de exploração que sempre marcou o capitalismo. O que muda são os instrumentos de controle, a linguagem das empresas e os dispositivos ideológicos que legitimam a intensificação da exploração. Se antes o trabalhador era vigiado por supervisores e disciplinado pela máquina, hoje é monitorado por algoritmos, métricas e dispositivos digitais.

O controle é interiorizado, o discurso é personalizado, mas a lógica permanece a mesma: extrair o máximo da força de trabalho com o mínimo de custo, mascarando esse processo sob discursos de inovação, empreendedorismo e meritocracia. Diante disso, torna-se urgente repensar a centralidade do trabalho em nossas sociedades.

É necessário, pois, romper com a naturalização da exploração e da submissão, reconhecendo que o trabalho deve ser uma atividade de realização e não de sofrimento. A crítica marxista continua atual porque oferece as ferramentas conceituais para desvelar as contradições do modo de produção capitalista e propor novas formas de organização social. Não se trata apenas de melhorar as condições dentro do sistema atual, mas de questionar as estruturas que o

sustentam e propor alternativas emancipatórias, baseadas na coletividade, na justiça e na dignidade do trabalho humano.

Além disso, este trabalho evidencia que a análise das relações laborais deve ser feita não apenas a partir de dados econômicos ou estatísticos, mas considerando a experiência vivida dos trabalhadores. A escrevivência, como prática que une escrita e vivência, surge aqui como instrumento importante para compreender o impacto subjetivo da precarização.

Ouvir o trabalhador, entender sua dor, sua luta e sua resistência são essenciais para que a filosofia não se limite à abstração, mas se comprometa com a transformação concreta das condições de vida. A dimensão subjetiva do trabalho é tão fundamental quanto sua dimensão estrutural, e a sua negação representa também a negação da humanidade dos que trabalham.

Portanto, reafirmamos a necessidade de uma crítica radical ao atual modelo de trabalho. Uma crítica que não busque apenas humanizar a exploração, mas que lute por uma sociedade onde o trabalho não seja sinônimo de dominação, e sim de liberdade, criatividade e comunhão. Esse horizonte só será possível com a ruptura das estruturas que sustentam o capital como centro organizador da vida, e com a construção de um novo paradigma, baseado na solidariedade, na justiça e na emancipação humana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, R. *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. 10. ed. São Paulo: Boitempo, 2009.

ANTUNES, Ricardo. *Infoproletários: Degradação real do trabalho virtual*. São Paulo: Boitempo, 2009.

ANTUNES, R. *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. 12. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

ANTUNES, R. O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

ARIMATÉIA, D. Evolução histórico-filosófica do trabalho. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Filosofia) — Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019.

BRAVERMAN, H. Trabalho e capital monopolista. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.

DIEESE (2020): Estudo Setorial sobre Condições de Trabalho em Call Centers

FEDERICI, S. *O ponto zero da revolução*. São Paulo: Elefante, 2019.

FORD, H. *Minha vida e minha obra*. São Paulo: Nova Cultural, 1991. (Coleção Os Pensadores).

FOUCAULT, M. *Vigiar e punir*. Petrópolis: Editora Vozes, 1977.

HOCHSCHILD, A. *The Managed Heart: commercialization of human feeling*. Califórnia: University of California Press, 2012.

IBGE (2021): Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Acesso ao Telemarketing

MARX, K. *Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844*. São Paulo: Boitempo, 2004.

MARX, K. *O Capital: crítica da economia política*. 2. ed. v.4. São Paulo: Nova Cultural, 1987.

MARX, K. *O Capital: crítica da economia política*. V. 1. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2004.

MARX, K.; ENGELS, F. *A ideologia alemã*. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1984.

MARX, K.; ENGELS, F. *Manifesto comunista*. São Paulo: Boitempo, 1998.

MORAES, R. *Trabalho alienado e adoecimento psíquico da classe trabalhadora: contribuições à luz da psicologia histórico-cultural*. Universidade Federal do Paraná, 2009.

LIMA, Cristhian Dany de. *Reencontrando Sísifo: tecnologia e reificação*. 2012. 186 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/12901/1/ReencontrandoSisifoTecnologia.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2024.

TAYLOR, Frederick W. *Princípios de Administração Científica*. São Paulo: Atlas, 1995.