

JUVENTUDE E INTEGRAÇÃO SUL-AMERICANA:
caracterização de situações-tipo e organizações juvenis

Sindicato de trabalhadores em telemarketing de São Paulo

RELATÓRIO DAS SITUAÇÕES-TIPO BRASIL

Jovens , Sindicato e Trabalho no Setor de Telemarketing

Maria Carla Corrochano - Ação Educativa (Coord.)
Érica Nascimento

Coordenação



Apoio



Setembro 2007

Sumário

1. Um ponto de partida: os jovens, as mutações do trabalho e as ações públicas	4
2. Relevância da situação-tipo estudada	13
3. Considerações sobre o trabalho de campo	19
4. Caracterização da situação-tipo estudada: resultados de pesquisa	21
5. Considerações finais	44
Notas	46
Referências Bibliográficas	47

1. Um ponto de partida: os jovens, as mutações do trabalho e as ações públicas¹⁻²

A preocupação com a inserção juvenil no mercado de trabalho, assim como o próprio conceito de juventude, varia segundo os tempos históricos e contextos sociais. Ao lado do término da escolaridade formal e da constituição de uma nova família, o ingresso no mercado de trabalho constituía-se tradicionalmente como um marco importante da transição dos jovens para a vida adulta. E para boa parte dos jovens dos países centrais esse ingresso ocorria apenas após o término da educação formal. No Brasil, essa realidade nunca foi predominante para a maioria, sendo mais evidentes o início da vida ativa antes mesmo da conclusão da escolaridade e a combinação entre o trabalho e o estudo. Mas tanto lá quanto aqui algumas perspectivas passam a reconhecer a diversificação e complexidade dos caminhos das jovens gerações em direção à vida adulta revelando, entre outros fatores, o peso da crise e das mutações no mundo do trabalho nesse processo (Pais, 2001).

Parte considerável das mutações no mundo do trabalho toma corpo a partir da segunda metade dos anos 60 nos países centrais relacionando-se à crise financeira norte-americana do período, à relativa saturação do mercado consumidor nos países centrais e à elevação dos preços do petróleo nos anos 70, mas também incluem as lutas operárias contra o trabalho repetitivo das fábricas, bem como o sucesso crescente da indústria japonesa na competição internacional. É nesse contexto que a questão da “inserção” ou da “transição”³ dos jovens da escola para o mercado de trabalho se transforma em um problema social e objeto de políticas públicas.

Nos ambientes produtivos, ao aprofundar-se a crítica ao padrão taylorista-fordista, novos modelos ganham espaço: por um lado os grupos semi-autônomos adotados principalmente por fábricas suecas (como a Volvo, daí o nome “volvoísmo”), mas principalmente as equipes flexíveis, polivalentes e nem tanto autônomas que caracterizam o trabalho na indústria japonesa, particularmente nas fábricas da Toyota (daí os termos “modelo japonês” e “toyotismo”).

Para quem está inserido no mundo do trabalho, algo mudou. O trabalho rotineiro das fábricas deixou de ser a situação onipresente, a chefia por vezes deixa a opressão ostensiva e torna-se relativamente civilizada, o trabalho daqueles que lidam com a produção industrial é menos mecânico – pois o objeto e a ferramenta se distanciam das mãos do trabalhador – e passa a ser o monitoramento de símbolos e mensagens dos sistemas computadorizados. Mas a disputa é mais intensa, a qualificação profissional surge como uma exigência maior e a educação formal transforma-se em critério de seleção.

No entanto, nem tudo é mudança, como mostra o próprio caso do Brasil. As transformações ocorrem geralmente nas empresas de grande porte, nas atividades econômicas mais dinâmicas, mas o momento é ainda de convivência entre o tradicional e o inovador, entre o trabalho convencional e o trabalho dos símbolos, entre os tempos do “trabalho pesado” e uma nova “era do conhecimento” que não atingiu todos os espaços e trabalhadores. A própria caracterização do setor de telemarketing, aqui escolhido para a realização deste estudo, deixará entrever essa diversidade.

São tempos também em que a flexibilidade é cada vez mais uma característica onipresente do trabalho, em termos das atividades demandadas, do momento ou do período em que essa demanda se dá. O emprego estável, o vínculo de longa duração, a carreira realizada em um percurso de um ou de poucos empregadores, esse tempo parece inexistir para a maior parte da população. Para outros, que se tornam maioria, nem sequer o emprego convencional, nem um emprego qualquer. Nesse processo implodem e imbricam-se situações e categorias – o formal e o informal, o lícito e o ilícito, o legal e o ilegal (Telles, 2006).

O mercado de trabalho torna-se cada vez mais heterogêneo e fragmentado, observando-se uma camada de trabalhadores com alta qualificação, atividades em período integral e direitos trabalhistas assegurados convivendo ao lado de uma grande massa de trabalhadores pouco qualificados, ocupando postos de trabalho precários, mal remunerados, muitas vezes sem quaisquer direitos trabalhistas, e junto ainda a um número cada vez maior de desempregados (Gorz, 1991; Harvey, 1996). Assim, as transformações no trabalho e o aumento dos ganhos de produtividade não significaram aumento do emprego, tornando o desemprego um problema estrutural.

Embora esteja claro que os índices e os significados do desemprego variam fortemente segundo os espaços nacionais (Gui-

marães et al., 2004), apenas para evidenciar a dimensão do fenômeno do desemprego, os dados mais recentes da OIT mostram que, de uma população economicamente ativa de 2,8 bilhões de trabalhadores, cerca de 192 milhões estavam desempregados em 2005⁴. Ainda mais grave que esse indicador, cerca de 50% da PEA mundial (1,4 bilhão de trabalhadores) recebia pagamentos inferiores a 2 dólares diários, valor considerado como definidor da linha de pobreza. Mais recentemente, relatório da OIT (2007) destaca que quase metade dos desempregados de todo o planeta é constituído por jovens entre 15 e 24 anos. Nos países da América Latina e do Caribe⁵, do total de 106 milhões nessa faixa etária, 10 milhões são desempregados, 22 milhões não estudam nem trabalham e 31 milhões estão inseridos no mercado de trabalho informal e em condições precárias. Especialmente este último número deixa entrever que a questão do trabalho juvenil parece ir muito além das dificuldades de alcançar um lugar no mercado de trabalho, como será visto adiante.

No Brasil, embora o desemprego já se destacasse na cena social desde os anos 80, é na década seguinte que se transforma em grave problema estrutural, aumentando rapidamente com a queda no ritmo da atividade econômica desde meados de 1995 (Mattoso e Baltar, 1996). Despreparado, o país abre as portas e é inundado pelas importações; somadas à crise fiscal do Estado – incapaz de sustentar investimentos perante a subtração dos juros da dívida – e à reestruturação das empresas em busca de novas condições para competir, o resultado é o desaparecimento de milhões de empregos na economia brasileira, em especial na indústria. A sensação predominante é de insegurança. Ao longo dos anos 90 vivemos a estagnação do nível de emprego formal, passando de 24,5 milhões de postos de trabalho em 1989 para apenas 25 milhões de ocupações formais em 1999 (IBGE/Ministério do Trabalho e Emprego).

Mas o desemprego não atinge igualmente todos os indivíduos. Ele principalmente tem um sexo: feminino; uma raça: negra; uma idade: jovem. Particularmente em relação aos jovens, é a partir dos anos 90 no Brasil que estes começam a ser reconhecidos como um dos grupos mais fortemente atingidos pelas transformações na economia e no mercado de trabalho, tornando-se objeto de ações públicas (OIT, 1999; Pochmann, 2000; W. Quadros, 2001 e 2002; Trevisan, 2004).

1.1 O lugar dos jovens no mercado de trabalho brasileiro

Os dados divulgados nos anos 2000 apontam para diferentes fatores que dificultaram a participação dos jovens no mercado brasileiro. O censo do IBGE de 2001 registrava que 65% dos 34 milhões de jovens que viviam no país se encontravam em condição economicamente ativa, mas cerca de 18% não tinham emprego, o que representava, em números absolutos, 3,5 milhões de pessoas, ou quase a metade do total de desempregados. Na mesma época, as taxas de desemprego entre os jovens variavam para mais entre os negros (23,8% contra 16,4% dos jovens brancos) e os mais pobres (26,8%).

Como sugerem esses dados, os níveis de emprego e desemprego sofrem variações de acordo com a região do país, a condição social, o grau de escolaridade, a cor/raça e o gênero do indivíduo. Na comparação entre as áreas não-metropolitanas, os índices de desemprego representavam, em números absolutos, 2 milhões de jovens nas áreas urbanas, ou 91,6% do total de jovens ocupados, e aproximadamente 190 mil jovens nas áreas rurais, ou 8,4%.

Quanto às oscilações dos índices de emprego e desemprego nas grandes regiões, o Norte e o Centro-Oeste se mantiveram como os locais de concentração das menores taxas de jovens ocupados, assim como dos maiores índices de desemprego dos jovens entre 15 e 24 anos. A região que apresentou os maiores índices de pessoas ocupadas foi o Sudeste, seguida do Nordeste, nos anos de 1992, 1996, 1999 e 2004.

Tabela 1: Pessoas de 15 a 24 anos de idade, ocupadas na semana de referência

	1992		1996		1999		2004	
	Números absolutos	(%)	Números absolutos	(%)	Números absolutos	(%)	Números absolutos	(%)
Brasil	15.743.252	100%	15.721.909	100%	15.916.540	100%	17.059.582	100%
Norte	669.146	4,25%	729.259	4,64%	770.988	4,84%	1.047.176	6,14%
Nordeste	4.570.191	29,03%	4.501.767	28,63%	4.734.567	29,75%	4.884.660	28,63%
Sudeste	6.636.176	42,15%	6.803.789	43,28%	6.654.481	41,81%	7.041.991	41,28%
Sul	2.696.583	17,13%	2.544.719	16,19%	2.518.646	15,82%	2.765.727	16,21%
Centro-Oeste	1.171.156	7,44%	1.142.375	7,27%	1.237.858	7,78%	1.320.028	7,74%

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 1992 a 2004

Tabela 2: Pessoas de 15 a 24 anos de idade, desocupadas na semana de referência

	1992		1996		1999		2004	
	Números absolutos	(%)	Números absolutos	(%)	Números absolutos	(%)	Números absolutos	(%)
Brasil	2.279.733		2.412.321		3.806.800		4.084.720	
Norte	119.108	5,2%	129.542	5,4%	216.775	5,7%	236.230	5,8%
Nordeste	629.590	27,6%	608.278	25,2%	922.412	24,2%	1.130.207	27,7%
Sudeste	1.104.470	48,4%	1.170.890	48,5%	1.890.517	49,7%	2.015.271	49,3%
Sul	278.514	12,2%	308.534	12,8%	498.696	13,1%	430.943	10,6%
Centro-Oeste	148.051	6,5%	195.077	8,1%	278.400	7,3%	272.069	6,7%

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 1992 a 2004

Deslocando o foco para as regiões metropolitanas e tomando como base a Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED) realizada em 2006 em seis regiões brasileiras, verificou-se que a população jovem na faixa etária dos 16 aos 24 anos correspondia a 6,5 milhões de pessoas, porém, desse contingente apenas 3,2 milhões se encontravam na condição de ocupados. Ao estabelecer uma comparação entre os desempregados, nota-se que, dos quase 3,2 milhões de pessoas que estavam nessa condição, 1,5 milhão tinha entre 16 e 24 anos de idade, o que representava 45,5% do total de desempregados.

Tabela 3: Estimativa da população acima de 16 anos e jovens de 16 a 24 anos, segundo condição de atividade nas regiões metropolitanas e Distrito Federal – 2006

Condição de atividade	Número de pessoas acima de 16 anos (em milhares)	Jovens de 16 a 24 anos	
		Número de pessoas	(%)
População de 16 anos ou mais	27.143	6.452	23,8
População economicamente ativa	18.489	4.629	25,0
Ocupados	15.248	3.157	20,7
Desempregados	3.241	1.473	45,5
Inativos	8.655	1.823	21,1

Fonte: Convênio Dieese/Seade, MTE/FAT e convênios regionais.

PED - Pesquisa de Emprego e Desemprego. Elaboração: Dieese

Se o desemprego juvenil é elevado, ele ainda é maior para aqueles que possuem idade entre 16 e 17 anos, mulheres, residentes nas regiões metropolitanas do Nordeste do Brasil e para aqueles pertencentes a famílias de mais baixa renda (Dieese, 2006). Particularmente no estudo mencionado (Dieese, 2006) omitiu-se a variável raça, muito destacada como fator discriminante no momento da busca por um emprego, como atestam outras pesquisas (Guimarães et al., 2004; Sposito, 2003).

No que se relaciona à escolaridade, observa-se um acentuado aumento dos anos de escolaridade entre as gerações mais jovens, muito embora ainda estejamos aquém de outros países da América Latina, persistindo distorções série-idade e taxas de analfabetismo funcional (Ipea, 2005; Sposito, 2003). E assim como para o desemprego, os níveis de escolaridade também variam segundo sexo, raça e região de moradia. Mas de modo geral o volume total de estudantes entre 15 e 24 anos de idade passou de 11,7 milhões em 1995 para 16,2 milhões em 2001 (Sposito, 2003). Entre 1999 e 2004 o número médio de anos de estudo aumentou de 5,8 para 6,5 na população com 10 anos de idade ou mais, mas foi ainda maior entre os jovens de 20 a 24 anos, passando de 7,5 para 8,8 anos⁶ (PNAD, 2004). A contínua elevação do nível de instrução da população também pode ser observada pelo incremento de pessoas que concluíram pelo menos o ensino médio: de 19% em 1999 para 26,3%, sendo ainda mais elevado entre os ocupados: de 24,9% para 34,3% (PNAD, 2004).

Muitos autores têm explicado o aumento da inatividade entre a população mais jovem por sua maior permanência na escola. No entanto, também poderíamos considerar, como o fazem outros autores, que uma parte dessa população pode ter desistido de procurar trabalho em função dos crescentes índices de desemprego (Sposito, 2003).

Considerando a relação trabalho e estudo, observa-se uma importante singularidade do modo de inserção no mercado de trabalho dos jovens brasileiros e também do restante da América Latina e Caribe. Nada menos que 13 milhões de jovens dessas regiões trabalhavam e estudavam em 2005 (OIT, 2007). Especificamente para as regiões metropolitanas brasileiras, a tabela a seguir revela a combinação trabalho e estudo entre jovens na faixa etária de 16 a 24 anos em famílias de diferentes níveis de rendimento. Vale observar, no entanto, as dificuldades de jovens oriundos de famílias de mais baixa renda de manterem-se no mercado de trabalho enquanto estudam (Dieese, 2006).

Tabela 4: Distribuição dos jovens ocupados de 16 a 24 anos segundo situação de trabalho e estudo por grupo de quartis do rendimento familiar mensal

Regiões metropolitanas e Distrito Federal – 2006

Regiões metropolitanas e Distrito Federal	1.º quartil	2.º quartil	3.º quartil	4.º quartil
Belo Horizonte	100,0	100,0	100,0	100,0
Estuda e trabalha	(1)	26,9	30,7	43,2
Só trabalha	74,4	73,1	69,3	56,8
Distrito Federal	100,0	100,0	100,0	100,0
Estuda e trabalha	21,1	26,7	31,0	53,2
Só trabalha	78,9	73,3	69,0	46,8
Porto Alegre	100,0	100,0	100,0	100,0
Estuda e trabalha	24,2	23,6	27,9	45,5
Só trabalha	75,8	76,4	72,1	54,5
Recife	100,0	100,0	100,0	100,0
Estuda e trabalha	30,0	26,9	31,1	37,5
Só trabalha	70,0	73,1	68,9	62,5
Salvador	100,0	100,0	100,0	100,0
Estuda e trabalha	30,6	36,2	36,5	49,7
Só trabalha	69,4	63,8	63,5	50,3
São Paulo	100,0	100,0	100,0	100,0
Estuda e trabalha	23,5	22,1	25,9	40,8
Só trabalha	76,5	77,9	74,1	59,2

Fonte: Convênio Dieese/Seade, MTE/FAT e convênios regionais.

PED - Pesquisa de Emprego e Desemprego. Elaboração: Dieese

Mas, para além do desafio de encontrar uma oportunidade de trabalho, os jovens deparam com a dificuldade de localizar uma boa oportunidade. A demanda não é apenas por trabalho, mas por “trabalho decente”, que considere os direitos fundamentais de proteção social, justa remuneração e crescimento profissional do trabalhador (OIT, 2007). Vejamos algumas características gerais do trabalho oferecido aos jovens em que o usufruto das boas oportunidades é dificultado pela escassez de postos de trabalho qualificados e pela alta concorrência no mercado.

As dificuldades a serem enfrentadas pelos jovens no mercado de trabalho referem-se a pelo menos quatro fatores, que podem se apresentar de maneira isolada ou combinada: a remuneração, a estabilidade, a jornada de trabalho e o grau de informalidade⁷. Quanto à remuneração, tomando como referência os anos de 1993 e 2003, a média de ganho dos jovens brasileiros foi sempre inferior à metade da média de remuneração do total de trabalhadores. Os dados revelam também que mais de 50% dos jovens ganharam menos que um salário mínimo, enquanto 40% do total de trabalhadores receberam esse rendimento.

Tabela 5: Evolução da remuneração mensal de jovens de 15 a 24 anos e adultos brasileiros, 1993-2003

Indicadores	Remuneração média (em R\$ ao mês)			Porcentagem com remuneração até um salário mínimo (%)		
	1993	2003	Diferencial (1993-2003)	1993	2003	Diferencial (1993-2003)
Total de jovens	265,8	298,7	32,9	64,2	53,8	10,4
Total de trabalhadores	599,9	624,2	24,3	46,6	38,5	8,06

Fonte: Ipea/ Estimativas produzidas com base na PNAD (2003)

No que diz respeito à estabilidade, observa-se uma grande rotatividade nos postos de trabalho ocupados pelos jovens: enquanto um trabalhador brasileiro permanece em média oito anos no mesmo serviço, os jovens permanecem apenas três anos. No que se refere à informalidade, além de os jovens estarem mais vulneráveis a aceitar os salários mais baixos, duas tendências que os têm afetado são a ocupação dos empregos oferecidos pelas empresas menores e a sub-representação dos seus interesses trabalhistas (fora do espaço dos sindicatos), sobretudo na faixa etária entre os 15 e os 17 anos.

A tabela 6, que apresenta dados relativos ao grau de informalidade e tem como recorte o grupo de pessoas com 10 anos ou mais, mostra um crescimento do setor informal no mercado de trabalho brasileiro em diferentes momentos da década de 90 até 2004, revelando posições estáveis deste em relação ao setor formal – com exceção das regiões metropolitanas, que registraram um pequeno aumento de 6,1% em relação às regiões não-metropolitanas, e do Centro-Oeste, que apresentou elevação na taxa de informalidade em comparação com as outras grandes regiões geográficas.

Tabela 6: Grau de informalidade das pessoas de 10 anos ou mais, ocupadas na semana de referência

	1992	1996	1999	2004
Brasil	54,3	54,9	56,2	53,7
Metropolitano	39,9	43,2	45,7	46,0
Não-metropolitano	61,3	60,7	61,2	57,5
Urbano	53,9	55,0	55,6	52,9
Rural	81,5	78,3	78,2	78,4
Grandes regiões				
Norte	62,4	63,2	65,0	62,6
Nordeste	70,8	69,5	71,7	69,1
Sudeste	44,8	46,9	48,4	46,2
Sul	49,9	51,1	50,1	47,6
Centro-Oeste	60,8	58,9	58,2	54,3

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 1992 a 2004.

As taxas de informalidade continuam altas quando são comparados os recortes geopolíticos, levando-se em consideração que a diferença entre as áreas metropolitanas e não-metropolitanas, mesmo apresentando queda de 7,7% nesses anos de referência, se manteve acima dos sete pontos percentuais; e que as variações entre as zonas rural e urbana sempre superaram a taxa de 20%. Quando se contrasta o grupo das grandes regiões, o Norte e o Nordeste seguem ocupando as posições de liderança, com distâncias acima de 10% em relação às demais.

Diferentes estudos indicam que o ingresso no mercado de trabalho é uma questão significativa para os jovens de todas as classes sociais, mas as diferenças entre jovens pertencentes a famílias com rendimentos mais ou menos elevados é o momento da vida em que a questão do trabalho vai ser enfrentada e quais serão as facilidades que eles vão encontrar para essa inserção, em decorrência das oportunidades de escolarização e qualificação que receberam, bem como das redes que podem ser acionadas na busca por uma vaga (Ipea, 2005; Dieese, 2005, 2006, Tartuce, 2007). Além disso, um aspecto bastante significativo a ser considerado diz respeito ao fato de que jovens de mais baixa renda estão sujeitos a ocupações mais precárias, a jornadas mais elevadas e a salários mais baixos (Dieese, 2006).

Em relação ao setor, os jovens estão mais presentes predominantemente no setor de serviços, e não por acaso um de seus ramos é foco deste estudo. Novamente seguindo estudo do Dieese (2006) observa-se que na Região Metropolitana de São Paulo, onde se ancora este estudo, 48,2% dos jovens entre 16 e 24 anos estavam ocupados no setor, contra 22,1% dos ocupados na indústria, 20,6% no comércio, 5,3% no emprego doméstico e 3,4% na construção civil.

Para além dos números, cada vez mais um conjunto crescente de estudos revela que, a despeito dos constrangimentos para encontrar um lugar no mercado de trabalho, este permanece central na vida da maioria dos jovens brasileiros, levando a produção de novos e diferenciados sentidos que refletem seu perfil, trajetória e o contexto social em que se inserem (Corrochano, 2001; Guimarães, 2005; Tartuce, 2007). Essa centralidade, no entanto, não obscurece as tensões inerentes a uma geração⁸ que, muito embora tenha alcançado níveis de escolaridade mais elevados em relação à geração de seus pais, tem apresentado dificuldades na conquista de sua progressiva autonomia e da transição para a vida adulta, que, como se sabe, tem como um dos pilares a emancipação econômica.

Por fim, um último e não menos importante aspecto a ser considerado neste breve painel inicial diz respeito à emergência dessas questões no espaço público e as respostas que vêm sendo construídas por diferentes atores, especialmente o governamental.

1.2 A demanda por trabalho no espaço público

Quando se trata de perceber como a demanda por trabalho juvenil emerge na cena pública vale ressaltar um aspecto que foi bastante problematizado, inclusive no âmbito deste projeto, quando se decidia sobre o ator coletivo que melhor expressaria a demanda em questão. Seria possível imaginar que dos expressivos índices de desemprego de jovens e também de adultos poderiam emergir ações e movimentos que reivindicassem trabalho e qualidade do trabalho. Em alguns países, tal como a França, há um importante movimento de desempregados com intensa presença no espaço público. Embora não seja possível aprofundar esse debate, a ausência de um movimento de desempregados aqui pode relacionar-se aos próprios mecanismos institucionais de proteção ao desempregado e a conseqüente relação dos sujeitos com situação de desemprego. Em um país que não construiu um regime mais sólido de proteção social, o circuito da “viração” torna-se a regra: uma vez sem trabalho, cabe inventar modos de garantir os recursos básicos para sobrevivência. Mesmo quando se reconhece que o desemprego é um problema mais estrutural, a busca por saídas acaba concentrando-se no plano individual para uma parcela importante da população.

É principalmente em torno dos índices de desemprego que a demanda por trabalho de jovens emerge na cena pública brasileira. Inicialmente, não é o salário ou as condições de trabalho a que os jovens estão sujeitos que mobilizam atores e inter-

venções. No interior da constituição de um campo de políticas públicas dirigidas a jovens que vem se consolidando desde meados dos anos 90, as ações e seus objetivos concentram-se em buscar maneiras de enfrentar a situação de desemprego. Nesse processo, cabe ressaltar que “grande parte das iniciativas operou com a imagem de uma juventude perigosa, potencialmente violenta, que necessitava de uma ampla intervenção da sociedade para assegurar seu trânsito para a vida adulta de modo não ameaçador a certas orientações dominantes” (Sposito e Corrochano, 2005: 145).

Com mais ou menos intensidade, a preocupação com os índices de violência aparecia nas justificativas de diferentes projetos dirigidos aos jovens. Nesse sentido, o trabalho aparece mais como um dos modos de enfrentar a violência do que como um direito das gerações mais jovens. Ainda que essa imagem não tenha se diluído completamente, e neste estudo ficará evidente como algumas lideranças e os próprios jovens ainda a tomam como referência, é preciso reconhecer alguns avanços.

Na perspectiva de Leite (2003: 157), as iniciativas⁹ que começam a despontar nos anos 90 revelam o reconhecimento no país da importância do trabalho para os jovens, bem como de suas dificuldades de acesso e permanência no mercado de trabalho, especialmente assalariado. Para além da heterogeneidade e avanços das propostas, a autora valoriza a perspectiva da construção do trabalho como um direito das jovens gerações, afastando uma “visão do jovem trabalhador como vítima passiva da miséria e da exclusão”. Ao mesmo tempo, é preciso alguma cautela no reconhecimento desses avanços. Senão, vejamos.

No bojo da construção das saídas para o desemprego juvenil emerge um importante debate: é melhor garantir ao jovem uma renda para que continue a estudar sem ingressar no mercado de trabalho ou apoiá-lo para a inserção no mercado de trabalho? Existe uma melhor alternativa ou deveriam existir várias delas? Quem deveria escolher? Essas são perguntas ainda muito presentes quando o tema é o trabalho e o foco são os jovens, para os quais, a partir dos 16 anos, o trabalho é um direito previsto na Constituição do país.

Uma parte das respostas construídas para essas perguntas pode ser observada no próprio conjunto das políticas públicas dirigidas a jovens no país. À exceção da Lei de Aprendizagem¹⁰, que alia formação e trabalho, oferecendo alguma possibilidade para o jovem adentrar o ambiente de trabalho, quando se observa o quadro seguinte (Quadro 1) nota-se que em boa medida os programas se concentram na perspectiva de elevação da escolaridade aliada à qualificação profissional. De fato, no campo das políticas de geração de trabalho e renda, as ações de qualificação profissional sempre tiveram um peso importante no país, especialmente em função dos limites de geração de postos de trabalho em um cenário de baixo crescimento econômico. No entanto, quando se trata de construir saídas para as jovens gerações, a centralidade na educação parece ainda mais forte.

No campo das políticas estruturais relacionadas à garantia dos direitos de educação podem ser observados avanços importantes na última década, muito embora os limites também sejam evidentes¹¹. Mas se considerarmos as políticas no campo do trabalho, a necessidade de avanços parece ser ainda maior. Novamente observando o quadro 1, nota-se que boa parte das ações tem tempo e público determinados, circunscrevendo-se a programas de caráter pontual. Também não se observa a proposição de ações que considerem a diversidade de relações que a heterogeneidade do segmento juvenil estabelece com o trabalho, o estudo ou com ambas as esferas simultaneamente.

Ainda que seja uma informação bastante pontual, é emblemático fazer referência a uma carta assinada por jovens de diferentes centrais sindicais (CGT, CUT e Força Sindical) apresentando dez pontos básicos para as políticas de educação e emprego no Brasil. Desses dez pontos, nove faziam referência, de algum modo, à necessidade de elevação de escolaridade e educação profissional entre os jovens. Naquilo que seria específico das centrais sindicais se declara: “Cabe às centrais sindicais e aos seus sindicatos afiliados a implantação e o desenvolvimento de ações dirigidas aos trabalhadores jovens, que incluam questões de gênero e raça, que contemplem a integração desses jovens à sociedade de forma participativa, como um dos instrumentos de combate à violência e ao uso indevido de drogas”¹².

Aspectos relacionados às condições de trabalho, jornada e salários dos jovens aparecem de maneira muito tímida no debate público e estão ausentes no campo das ações governamentais, como pode ser observado no quadro 1. Ainda que seja cedo para levantar hipóteses, a recente integração de boa parte dos programas destinados aos jovens no campo do trabalho ao ProJovem pode obscurecer ainda mais questões específicas relativas ao trabalho juvenil.

Quadro 1 – Programas públicos destinados a jovens, especialmente no campo do trabalho

Programa/Projeto	Instituição responsável	Objetivos	Público-alvo	Benefícios	Crítérios de seleção/permanência	Tempo de permanência
Aprendizagem	Ministério do Trabalho e Emprego Empresas	Formação técnica e profissional no ambiente de trabalho; estágio de até seis horas para quem não concluiu o ensino fundamental e de oito horas para aqueles que já concluíram esse nível de ensino	Jovens de 14 a 24 anos	Pelo menos um salário mínimo; hora; vale-transporte	Frequência à escola e inscrição em programa de aprendizagem desenvolvido por entidade qualificada	Até 2 anos
ProJovem Adolescente (antigo Agente Jovem)	Secretaria Nacional da Juventude e Ministério do Desenvolvimento Social	Criar condições para inserção, reinserção e permanência do jovem no sistema de ensino, promover sua integração à família e à sociedade; prepará-lo para atuar como agente de transformação de sua comunidade	Jovens de 15 a 17 anos em situação de risco social, independentemente da renda familiar, ou que sejam pertencentes a famílias beneficiárias do Programa Bolsa Família	Auxílio financeiro de R\$ 100,00	Frequência à escola e realização de atividades de caráter socioeducativo	Até 2 anos
ProJovem Urbano (antigo ProJovem)	Secretaria Nacional de Juventude	Elevação da escolaridade (até ensino fundamental); qualificação profissional e desenvolvimento de ações comunitárias	Jovens de 18 a 29 anos que tenham alcançado a quarta série, mas não tenham completado o ensino fundamental; jovens com esse mesmo perfil que estejam em unidades prisionais	Auxílio financeiro de R\$ 100,00	Frequência às aulas, realização de trabalhos escolares, incluindo ações em suas comunidades	18 meses
ProJovem Trabalhador (antigos Juventude Cidadã, Escola de Fábrica e Consórcio Social da Juventude)	Ministério do Trabalho e Emprego e Secretaria Nacional de Juventude e	Preparar o jovem para o mercado de trabalho e para ocupações alternativas de geração de renda	Jovens de 18 a 29 anos desempregados e membros de famílias com renda per capita de até meio salário mínimo	Auxílio financeiro de R\$ 100,00	Frequência à escola para aqueles que ainda não concluíram e participação em cursos de qualificação	6 meses
Programa Universidade para Todos (ProUni)*	Ministério da Educação	Possibilitar o acesso de jovens de mais baixa renda ao ensino superior; oferecer bolsas de estudo em instituições de educação privadas	Jovens de 18 a 24 anos	Bolsa integral para estudantes com renda per capita de até um salário mínimo Bolsa parcial para aqueles com renda per capita de até três salários mínimos	Ter participado do Enem e obtido nota mínima de 45 pontos; pertencer a famílias com renda per capita de até três salários mínimos; ter cursado o ensino médio em escola pública ou no ensino privado com bolsa parcial ou integral. Apresentar aproveitamento acadêmico em no mínimo 75% das disciplinas cursadas em cada período letivo.	Ao longo do período de conclusão do ensino superior
Programa Jovem Cidadão - Meu Primeiro Trabalho*	Governo do Estado de São Paulo/ Secretaria do Estado de Relações de Trabalho	Oferecer ao estudante vivência das relações do mundo do trabalho – estágio de 4,5 ou 6 horas diárias por semana	Jovens de 16 a 21 anos estudantes do ensino médio	Auxílio financeiro de até R\$ 130,00 (quatro horas de trabalho diário) e R\$ 195,00 (seis horas); seguro e vale-transporte	Estar regularmente matriculado no ensino médio da rede pública estadual	6 meses

Um ator importante no debate público relativo a essas questões tem sido o Conselho Nacional de Juventude. Em documento apresentando as diretrizes e perspectivas de uma Política Nacional de Juventude, defende como tarefa principal do Estado no campo da educação e do trabalho a oferta de “políticas, programas e ações para que o jovem possa construir sua trajetória educacional, sua educação profissional e sua relação com o mundo do trabalho em condições adequadas” (Novaes et al., 2006: 27). É também nesse documento que se aponta um conjunto de limites das ações do Estado no âmbito do trabalho juvenil: o número reduzido de iniciativas no campo da garantia de trabalho decente aos jovens, o pouco controle do estágio enquanto modo de proporcionar ao jovem formação e vivência profissional, a inexistência de debates sobre a melhor forma de tornar possível ao jovem compatibilizar trabalho e estudo, sobre a possível (ou não) implementação de uma legislação relativa ao trabalho juvenil e também sobre a abertura de novas linhas de ação nesse campo, tais como: apoio ao microcrédito, cooperativismo, associativismo e empreendedorismo (Novaes et al., 2006).

O fato de essas questões estarem sendo debatidas no espaço do conselho, composto por um conjunto diverso de atores – ONGs, movimentos sociais, partidos políticos e gestores públicos –, é revelador dos esforços de tratar os jovens como sujeitos integrais de direitos nos campos da educação, cultura, trabalho e convivência familiar. Especificamente sobre trabalho, parece clara a intenção em desvendar as especificidades dessa demanda juvenil para construir agendas que possam dar respostas à crise no mercado e à falta de perspectivas dos jovens em executar seus projetos de vida. As ações concretas, no entanto, ainda parecem limitadas diante dos desafios que se tornam mais evidentes quando adentramos o setor aqui escolhido para estudo.

2. Relevância da situação-tipo estudada

Tal como já evidenciado, a qualificação profissional, a conquista do primeiro emprego e a permanência no mercado têm se apresentado como questões cruciais para os jovens brasileiros. As transformações tecnológicas, a reestruturação produtiva, o avanço do desemprego e a precarização do trabalho afetam mais diretamente o segmento juvenil, para o qual sempre foi difícil conseguir uma oportunidade devido à exigência de experiência prévia ou de formação específica.

O problema que está colocado não diz respeito somente à discussão de como e quando deve ocorrer a inserção do jovem no mercado, mas também à qualidade dos postos de trabalho que estão disponíveis para esse segmento, já que pensar o jovem como um sujeito de direitos é refletir sua demanda por trabalho no âmbito da proposição da OIT (2007) de “trabalho decente”, isto é, aquele que respeita os direitos fundamentais de proteção social, justa remuneração e crescimento profissional do trabalhador.

Sendo assim, o que nos interessa explorar neste estudo é como os trabalhadores jovens e atores coletivos historicamente organizados em torno do trabalho vêm expressando essa demanda, tomando como ponto de partida os trabalhadores em telemarketing e o sindicato da categoria. Trata-se, então, de refletir sobre empregabilidade e qualidade os postos de trabalho para jovens no contexto de um setor econômico em franca expansão nas áreas urbanas do Brasil nos últimos dez anos, visando articular as particularidades dessa situação com as questões mais gerais sobre juventude e mundo do trabalho.

Nesse sentido, faz-se necessário recuperar o processo de expansão do setor de telemarketing no Brasil, bem como as principais questões a ele relacionadas.

2.1 O setor de telemarketing no Brasil

O telemarketing se caracteriza como uma atividade desenvolvida por meio de sistemas de telemática (associação da informática às telecomunicações) ou mídia, visando otimizar ações de marketing e a interação entre clientes e empresas. Segundo

estudiosos, como Venco (2006), Gião (2006) e Silva (2007), o histórico de ampliação desse setor é creditado aos países anglo-saxões, sobretudo os Estados Unidos, em meados do século XX.

Foi nesse período que os avanços proporcionados pela tecnologia da informação, privatização do setor das telecomunicações, crescimento dos serviços terceirizados e ampliação dos direitos no campo do consumo impulsionaram a oferta de produtos e serviços por telefone, bem como por fax e internet, dando origem a um novo espaço de contato entre empresas e clientes: as centrais de atendimento – os chamados call centers ou empresas de telemarketing.

Como um novo setor da economia, os call centers ou empresas de telemarketing desenvolveram-se para ser o elo de interação entre consumidores e empresas por meio do uso de ferramentas tecnológicas e da mão-de-obra do operador de atendimento. Com o crescimento de atividades dentro do próprio setor, surgiram os contact centers, que se caracterizam também pela oferta de serviços relacionados à produção de tecnologias para a internet, solução para sistemas informatizados etc.

No Brasil, as atividades de telemarketing tiveram início nos anos 50, com o uso das chamadas telefônicas para vender anúncios nas “Páginas Amarelas”, a lista de classificados empresariais que circulava pelo país. Entretanto, acompanhando a tendência mundial, a expansão das empresas de telemarketing em solo brasileiro está associada à privatização do setor de telecomunicações iniciada em 1997, que possibilitou a ampliação do acesso às linhas telefônicas, reduziu os custos operacionais e acirrou a competitividade entre as empresas da área.

Outro fator importante foi a aprovação do Código de Defesa do Consumidor, em 1990, que estabeleceu os direitos nos processos de compra de produtos e serviços por pessoas físicas e jurídicas, assim como a proteção contra propagandas abusivas ou enganosas e a garantia de eficiência dos bens e serviços adquiridos. Assim, com os novos direitos, ganharam impulso os telesserviços voltados para a informação, fidelização e satisfação dos consumidores.

Essas mudanças econômicas e sociais que impactaram o telemarketing geraram maior diversificação do setor, subdividindo-o em “atendimento ativo” (no qual o operador liga para o potencial consumidor baseado em um banco de dados fornecido pela empresa), “atendimento receptivo” (o cliente entra em contato com a empresa e é atendido pelo operador) e “atendimento híbrido” (que congrega as duas atividades). Há, ainda, as atividades de “cobrança” (por meio da qual o operador entra em contato com o cliente visando a quitação de um débito), de “pesquisa” (utilizada para aferir o nível de satisfação dos clientes ou para testar as possibilidades de lançamento de novos produtos) e de “utilidade pública” (que fornece informações sobre serviços públicos pelas linhas 0800).

Antes de explorar os dados quantitativos sobre o setor, cabe dizer que é possível encontrar algumas divergências quando se comparam as fontes e metodologias de coleta das empresas, instituições públicas e pesquisadores. O que, segundo Venco (2006), pode ser explicado pela recente criação e regulamentação da atividade em telemarketing, pela diferença entre o contrato de trabalho e a real função exercida, ou, ainda, pelo status negativo que a função de operador adquiriu, levando os trabalhadores a declararem outras ocupações.

Sendo assim, neste estudo se fará referência, principalmente, aos dados divulgados pelo The Global Call Center Industry Project, pesquisa realizada com o apoio da Associação Brasileira de Telesserviços (ABT) que teve como ponto de partida as 250 empresas do setor filiadas à entidade. Segundo esses dados, 96% dos call centers brasileiros foram criados depois dos anos 90, e 72% deles têm menos de oito anos de atuação. Além disso, registra-se uma forte tendência de terceirização, tendo em vista que 53% dos call centers prestam serviços para contratantes e 47% são próprios das empresas¹³.

O principal mercado atendido pelos call centers brasileiros é o nacional, pois 64% das empresas fazem atendimento para todo o país, 17,5% abrangem apenas a localidade onde estão instaladas, 15,8% têm abrangência regional e 2,6% atendem ao público internacional. Quanto aos segmentos econômicos atendidos, destacam-se o varejo (12%), os serviços financeiros (11,3%) (principalmente bancos) e as telecomunicações (10,8%), tendo as centrais de grande porte como maiores contratantes o setor financeiro, de telecomunicações e de seguros; enquanto as de menor porte se dedicam aos segmentos do varejo, mídia e saúde.

Essa ampliação de segmentos atendidos pode explicar o crescimento da indústria do call center brasileira, que segue avançando no início do século XXI, tal como indicam estes dados disponibilizados pelas empresas filiadas à ABT:

Tabela 7 Quadro resumo das empresas de call center no Brasil

DADOS	2003	2004	2005	2006
PA's internas	45.267	87.788	98.842	122.184
PA's no cliente	27	11.366	12.103	13.673
PA's total	45.264	99.154	110.945	135.857
N.º de operadores internos	38.433	148.222	198.902	224.898
N.º de operadores no cliente	25	8.530	6.776	7.902
N.º de operadores total	38.458	156.752	205.678	232.800
N.º de funcionários internos	12.065	38.148	40.405	49.062
N.º de funcionários total	50.523	194.900	246.083	281.862
Faturamento bruto (em milhões)	2.253,1	2.989,9	4.907,2	4.840,5

Fonte: ABT/ Disponível em: www.callcenter.inf.br/ranking

Como se identifica na tabela anterior, o crescimento das atividades de telemarketing no mercado de trabalho pode ser aferido em termos de estrutura das empresas, do seu faturamento e do número de postos criados. A ABT divulgou, ainda, que em 2005 as centrais de atendimento empregaram 580 mil trabalhadores e que a perspectiva entre 2006 e 2007 era de criação de 95 mil novas oportunidades, chegando ao total de 675 mil empregados no setor.

Das empresas pesquisadas no The Global Call Center Industry Project, 64% declararam crescimento entre 2003 e 2005 e 18% revelaram que mantiveram seu quadro estável. Além disso, 67% delas manifestaram a intenção de contratar novos funcionários em 2006 e 20% pretendiam manter o mesmo número de postos de trabalho.

A mesma pesquisa apontou que, quanto à localização geográfica das centrais brasileiras, 80% delas encontram-se na região Sudeste, estando 60% delas instaladas no estado de São Paulo, nas áreas urbanas. Tal fato se justificaria, para os empresários do setor, pela existência de mão-de-obra qualificada, assim como pela concentração de importantes empresas e de infra-estrutura adequada (Gião, 2006). Com a centralização dos call centers nesse pólo econômico do país, figuram no topo do ranking de faturamento e de número de funcionários empresas do eixo Rio-São Paulo, como demonstra a tabela a seguir:

Tabela 8: Ranking das empresas de telemarketing no Brasil, segundo o faturamento

RANKING DAS EMPRESAS DE TELEMARKETING – POR FATURAMENTO				
EMPRESA	2005 FATURAMENTO (EM MILHÕES)	2006 TOTAL DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO (EM MILHÕES)	TOTAL DE FUNCIONÁRIOS
1. ^a Contax (RJ)	1.129,0	49.554	1.320,0	54.136
2. ^a Atento (SP)	988,4	52.000	1.180,0	56.015
3. ^a Teleperformance (SP)	371,0	15.296	390,0	18.5000
4. ^a CSU (SP)	335,7	10.227	354,4	9.299
5. ^a Dedic (SP)	275,0	16.065	288,7	15.107
TOTAL	3.099,10	143.142	3.533,10	319.557

Fonte: ABT/ Disponível em: www.callcenter.inf.br/ranking

Diante dessas informações quantitativas sobre a rápida expansão do setor, cabe-nos apresentar como tais números refletem nas exigências para a contratação de funcionários, no perfil dos trabalhadores e nas condições de trabalho às quais estão submetidos.

2.2 Perfil dos trabalhadores em telemarketing e condições de trabalho no setor

De acordo com Gião (2006) e Silva (2007), a estrutura dos call centers brasileiros são extremamente achatadas quanto à distribuição das ocupações, havendo, em média, um gerente para cada 20 supervisores e um supervisor para cada 20 atendentes, de modo que os cargos de supervisão e gerência representam apenas 5% dos postos de trabalho. Contudo, enquanto apenas 22% dos atendentes concluíram o curso superior, 29% dos gerentes fizeram pós-graduação e 66% cursaram o ensino superior.

A remuneração média anual dos gerentes é de R\$ 58.700,00 (por volta de R\$ 4.891,00/mês) nos call centers próprios e de R\$ 42.700,00 (cerca de R\$ 3.558,00/mês) nos terceirizados, e, segundo Venco (2006), esses cargos, assim como os de supervisão, são destinados, majoritariamente, aos homens e pessoas mais velhas.

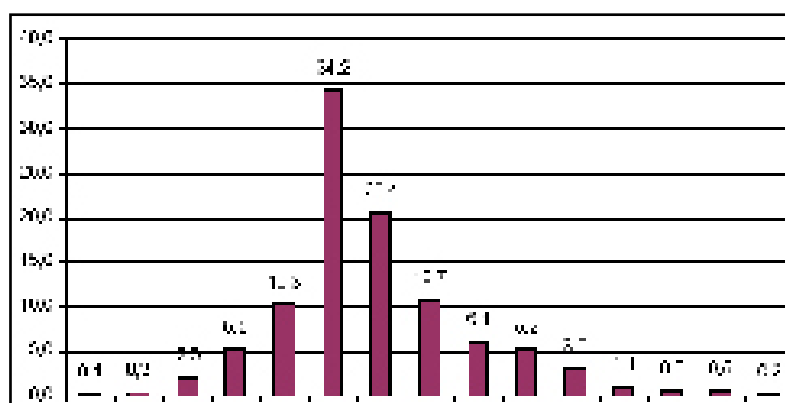
Quanto aos que ocupam as posições de atendimento, embora haja variação dos números referentes ao setor, os dados indicativos do perfil dos trabalhadores e das condições de trabalho, sobretudo nas ocupações menos qualificadas, convergem. Isto é, as posições de atendimento são ocupadas, predominantemente, por mulheres e jovens, que possuem o ensino médio completo e são ligados às classes populares.

De acordo com Venco (2006), com base nas PNADs (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios/ IBGE) de 2002 e 2004, 60% dos operadores de telemarketing têm até 25 anos, 63% dos homens têm entre 16 e 25 anos e 54% das mulheres pertencem à mesma faixa etária. A contratação da mão-de-obra juvenil se explicaria por causa da baixa exigência de qualificação formal (ensino médio concluído e conhecimento básico de informática) por parte das empresas, enquanto da perspectiva dos jovens o atrativo do setor está na jornada de trabalho semanal de 36 horas, que lhes permite, aparentemente, conciliar o trabalho com os estudos.

Quando se consideram os dados da PNAD de 2005¹⁴, estes revelam que 45% dos jovens têm sua primeira experiência profissional no setor. Quanto à proporção de jovens e adultos, a predominância de jovens se mantém, pois os operadores de telemarketing na faixa dos 16 aos 24 anos representam 52% do total e, alargando-se para a faixa dos 15 até os 29 anos, chegam a 72,5% – como demonstra o gráfico a seguir:

GRÁFICO I

Distribuição dos operadores de telemarketing por faixa etária
Brasil, 2005



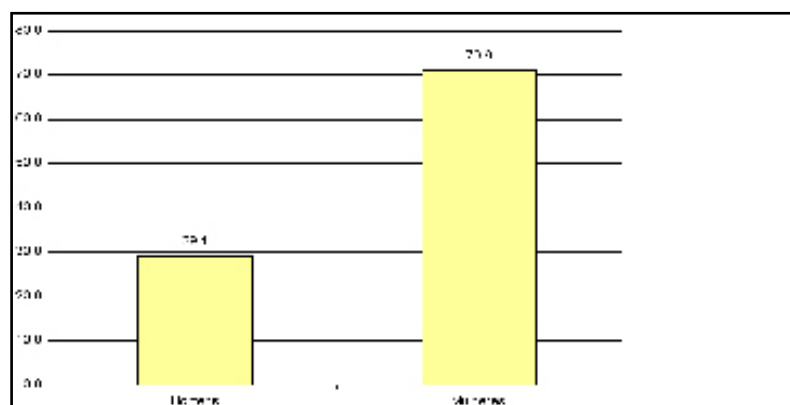
Para os empregadores, a justificativa para a alta contratação de mão-de-obra juvenil está na facilidade de adequá-la às condições de trabalho; além disso, atribui-se aos jovens maior capacidade de assimilar o treinamento básico necessário (cuja duração é de cerca de 4,4 semanas) e, principalmente no caso daqueles oriundos de famílias de baixa renda, de suportar as pressões para o cumprimento de metas de atendimento. Outro fator a ser considerado é o caráter de responsabilidade social que as oportunidades geradas para os jovens envolvem. Em 2004, por exemplo, um protocolo assinado entre a ABT e o Ministério do Trabalho e Emprego formalizou o compromisso dos empresários de call center de gerar 18 mil vagas para os inscritos no Programa Nacional do Primeiro Emprego, o que representava 3% das oportunidades a serem criadas pelo setor (Venco, 2006).

Além dos trabalhadores jovens, as posições de atendimento são caracterizadas pela predominância de mulheres, que gira em torno de 70% dos operadores desde 2002. Em 2005, segundo o relatório da The Global Call Center Industry Project, 76,2% da mão-de-obra no atendimento era feminina, prevalecendo em todos os serviços oferecidos pelo telemarketing (atendimento receptivo, vendas, cobrança, pesquisa, utilidade pública etc.) e apresentando menor distância de percentual em relação aos homens somente nos serviços de suporte em tecnologia da informação, em que as mulheres representam 57,2% dos operadores.

Nos dados da PNAD de 2005 há uma pequena variação quanto à porcentagem de mulheres no setor, mas a predominância de mão-de-obra feminina continua significativa, tal como apresenta o seguinte gráfico:

GRÁFICO 2

Distribuição dos operadores de telemarketing por sexo
Brasil, 2005 (em %)



Fonte: IBGE/PNAD

Analisando a participação das mulheres no setor de telemarketing, a pesquisadora Selma Venco (2006) pontuou que este se configura como um espaço feminino, corroborando a tese de que às mulheres são relegadas as ocupações que lhes permitam conciliar trabalho produtivo e afazeres domésticos e familiares. Outro aspecto que a pesquisadora destaca quanto ao perfil dos operadores de telemarketing diz respeito à condição socioeconômica. De modo geral, os operadores são membros das classes populares, cujos pais estão ligados às profissões de baixa especialização e tiveram pouco acesso à educação formal ou ampla. Do ponto de vista dos contratantes, profissionais ligados às classes de maior rendimento não teriam predisposição a se submeter às situações de pressão para o cumprimento de metas.

Isso porque a exigência de produtividade, seja na execução das metas preestabelecidas de vendas ou quitação de débito (no caso do telemarketing ativo e cobrança), seja na redução do tempo de atendimento receptivo, faz das centrais de atendimento espaços de cobrança exacerbada e exposição a situações vexatórias que submetem operadores e supervisores a constantes ações de assédio moral.

Outras particularidades desse trabalho, como o uso excessivo do computador e do telefone e o cumprimento de dupla jornada ou de horas extras para complementar a renda, são as responsáveis pela grande incidência de doenças psicossomáticas (estresse, depressão e síndrome do pânico) e outras relacionadas ao esforço repetitivo (inflamações nos tendões, dores no pescoço e na coluna etc.), desencadeando uma alta rotatividade de mão-de-obra no setor.

A remuneração média paga aos operadores também não é atrativa. Dados sobre as empresas de todo o Brasil revelam que os operadores que tiveram maior rendimento em 2005¹⁵ estão ligados às empresas de pequeno porte, em média R\$ 13.425,00/ano (R\$ 1.118,50/mês), seguidos pelos que atendem ao público geral, com R\$ 9.822,00/ano (R\$ 818,50/mês); e pelos que atendem às grandes empresas, com R\$ 8.975,00/ano (R\$ 747,91). Já o dissídio atual dos trabalhadores paulistas¹⁶ aponta para remunerações muito mais baixas: R\$ 577,28/mês para operadores não-comissionados e R\$ 527,98/mês para os comissionados que cumprem a jornada de 36 horas semanais.

Enfim, se as discussões introdutórias sobre demanda por trabalho juvenil decente nos levaram a assinalar que os jovens que buscam se inserir no mercado de trabalho esbarram na falta de oportunidades e nos altos índices de desemprego no país, o breve panorama do telemarketing aqui exposto nos sugere que os jovens trabalhadores do setor enfrentam problemas relacionados à precarização dos postos de trabalho e à falta de perspectiva de crescimento profissional, entre outros aspectos.

Nesse sentido, cabe-nos analisar como os jovens ligados ao setor e lideranças de atores coletivos articulados em torno do trabalho expressam suas especificidades e traçam estratégias para enfrentar essas situações. Antes, no entanto, cumpre registrar o percurso percorrido pela pesquisa para refletir sobre a demanda por trabalho decente para os jovens urbanos.

3. Considerações sobre o trabalho de campo

3.1 O percurso da pesquisa e a seleção dos atores

A coleta de dados para este estudo foi iniciada em junho de 2007 com a pesquisa bibliográfica em universidades públicas¹⁷, assim como em seus sites institucionais e outros portais eletrônicos de conteúdo acadêmico¹⁸. Já nessa etapa se revelou a relevância de atentar para o setor de telemarketing como um campo fértil para apontamentos sobre juventude no mercado de trabalho urbano, uma vez que os estudos consultados sinalizavam novas formas de precarização de trabalho juvenil e novas respostas do movimento sindical para dar conta das questões delas resultantes.

Outro recurso explorado foi a pesquisa virtual no site dos sindicatos, das entidades patronais, das centrais sindicais e nos portais dedicados exclusivamente ao setor de call center. O uso da internet foi incorporado, ainda, para estabelecer contato com possíveis entrevistados, tendo sido a troca de e-mails fundamental para agendar entrevistas com trabalhadores em telemarketing e lideranças sindicais.

Para completar a coleta de dados qualitativos e quantitativos referentes ao tema estudado, contamos com a colaboração da equipe técnica do Cedoc/CUT (Centro de Documentação da CUT), o que nos possibilitou ter acesso a documentos institucionais e a outros tipos de materiais impressos voltados para a formação de jovens sindicalistas e para a temática da juventude no âmbito do movimento sindical.

Esse levantamento preliminar de informações indicou a existência de quatro atores coletivos importantes relacionados ao setor de telemarketing, sendo dois deles entidades patronais. O mais antigo desses atores é a ABT (Associação Brasileira de Telesserviços), entidade que congrega 250 pessoas jurídicas que prestam serviços ou fornecem equipamentos para o exercício do telemarketing. Fundada em 1987, a ABT mantém uma atuação voltada para o desenvolvimento e o aprimoramento das atividades de telemarketing no Brasil, por meio de ações como cursos de qualificação de mão-de-obra operacional, palestras e seminários para disseminar os princípios teóricos e práticos do telemarketing, publicações periódicas de boletins e clippings, e convênios e descontos para as associadas.

A entidade criou, há sete anos, o Prêmio ABT para contemplar as melhores práticas em telemarketing ativo e receptivo no país. Outra ação de destaque foi o apoio financeiro e institucional ao The Global Call Center Industry Project, um estudo sobre as empresas de telemarketing brasileiras realizado por pesquisadores ligados à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Outro representante do setor patronal é o Sintemark (Sindicato Paulista das Empresas de Telemarketing, Marketing Direto e Conexos), entidade criada em 1996 que abrange 19 empresas. Como representante jurídico do patronato paulista, a atuação desse sindicato dirige-se ao fomento de negócios e parceiras, à divulgação de conhecimentos técnicos e de legislação, à negociação com o sindicato dos trabalhadores e à defesa do mercado interno.

Como representante dos trabalhadores, dada a relação inerente do surgimento do telemarketing com os postos de trabalho da telefonia, registra-se, no caso de São Paulo, uma disputa sindical entre duas entidades pela legitimidade de atuar em nome da categoria. Uma delas é o Sintetel (Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Telecomunicações no Estado de São Paulo), filiado à Força Sindical. A outra é a Sinratel (Sindicato dos Trabalhadores em Telemarketing e Empregados em Empresas de Telemarketing na Cidade de São Paulo e Grande São Paulo), ligada à CUT (Central Única dos Trabalhadores).

A partir da identificação desses quatro atores coletivos, ainda no final do mês de junho se iniciou o trabalho de campo com visitas às duas entidades representativas dos trabalhadores em telemarketing (Sinratel e Sintetel) e à CUT, central sindical pioneira na formação de uma coordenadoria voltada para a juventude. No caso do Sintetel, foram feitas tentativas de contato pessoal com duas visitas ao sindicato; e outra tentativa de caráter mais formal, por meio do encaminhamento de uma carta explicativa sobre o estudo aqui apresentado ao presidente da entidade. Tentou-se, também, por duas vezes, o contato via e-mail e, por quatro vezes, via telefone.

O insucesso de contato com os dirigentes do Sintetel, que somente no início de agosto acenaram com uma resposta afirmativa, levou-nos a concentrar esta pesquisa nos jovens e lideranças ligados ao Sinratel, que desde o primeiro contato se mostraram dispostos a colaborar. Diante disso, foram os próprios dirigentes que facilitaram o contato de jovens sindicalizados, do mesmo modo que apontaram lideranças históricas relacionadas ao sindicato.

A investigação foi complementada com a realização de entrevistas em profundidade e aplicação de questionários socioeconômicos com trabalhadores, sindicalizados e dirigentes e lideranças sindicais ligados a diferentes correntes políticas e cargos hierárquicos, no intuito de contemplar diversificados perfis sociológicos e ideológicos e variadas experiências de atuação.

No total, de junho a agosto de 2007, foram realizadas 18 entrevistas, sendo cinco delas com jovens trabalhadores, cinco com jovens sindicalizados (três do Sinratel e dois do Sintetel), quatro com dirigentes sindicais (três do Sinratel e um do Sintetel) e quatro com lideranças cutistas. As entrevistas seguiram um roteiro predeterminado orientado pelos eixos temáticos trabalho, sindicato, vida de jovem, ação coletiva e políticas públicas. Mas, visando cruzar as particularidades desses jovens com assuntos gerais que estão presentes nas atuais agendas públicas, temas como sexualidade e direitos reprodutivos, ecologia e meio ambiente, violência e vida segura, e processos migratórios também fizeram parte das questões direcionadas aos entrevistados.

Sobre o desenvolvimento do trabalho de campo, cabe assinalar que houve problemas na realização de algumas entrevistas, pois três jovens sindicalizados do Sinratel não compareceram no dia agendado e outros três as desmarcaram, assim como dois dirigentes do sindicato, obrigando-nos a rever o cronograma e adiar a finalização de algumas atividades.

Os jovens trabalhadores investigados neste estudo foram selecionados aleatoriamente com base nas indicações feitas por amigos das pesquisadoras e, desde o primeiro contato, foram os que demonstraram mais entusiasmo em participar. Dentre os cinco selecionados, apenas uma ocupa o cargo de operadora de telemarketing, sendo um auditor (tem a função de fornecer as informações para os clientes que querem adquirir produtos), outro analista de processos (responsável por analisar as condições financeiras dos clientes que estão pleiteando um financiamento), uma monitora de qualidade (fiscaliza o atendimento dos operadores) e uma ex-funcionária do setor há quatro meses, que atua na área administrativa.

Quanto aos sindicalizados, todos foram sugeridos por dirigentes dos sindicatos, tendo sido realizadas também cinco entrevistas: três delas com jovens vinculados ao Sinratel e outras duas com atuantes no Sintetel. Dos filiados ao Sinratel, dois são diretores de base (representam o sindicato dentro da empresa) e um não acumula nenhum cargo, mas é bastante participativo.

Já com relação aos ligados ao Sintetel, uma é delegada sindical liberada (atua diariamente no sindicato, mas é representante sindical na empresa) e o outro é diretor de Organização Sindical no Local de Trabalho (responsável por promover atividades nas empresas cujos trabalhadores são representados pelo sindicato).

No que se refere às lideranças, devido à dificuldade de conciliar agendas, foram feitas entrevistas completas com aplicação de questionário socioeconômico com dois dirigentes jovens do Sintratel (o presidente em exercício e a diretora do departamento financeiro) e duas lideranças que integram o Coletivo Nacional de Juventude da CUT. Foram realizadas também entrevistas de conteúdo reduzido e sem a síntese do perfil socioeconômico com três dirigentes adultos da CUT (o presidente, o secretário nacional de formação e o secretário de políticas sociais da CUT/SP e ex-presidente do Sintratel) e uma liderança jovem do Sintetel.

A pesquisa valorizou a heterogeneidade de perfis na seleção de jovens e adultos no intuito de extrair semelhanças e diferenças dos discursos, por isso foi estabelecido contato com homens e mulheres de diferentes idades e ocupações nos postos de trabalho e sindicatos. Desse modo, o perfil dos entrevistados que responderam às questões do formulário socioeconômico pode ser assim resumido:

	TRABALHADORES	SINDICALIZADOS	LIDERANÇAS	TOTAL
Média de idade	23,4 anos	27,6	27,5	26,1
Distribuição por sexo/ gênero	2 homens 3 mulheres	3 homens 2 mulheres	3 homens 1 mulher	8 homens 6 mulheres
Distribuição por cor/ raça (segundo autodeclaração)	2 brancos 1 pardo 2 negros/pretos	2 brancos 3 pardos	1 branco 3 negros/pretos 5 negros/pretos	5 brancos 4 pardos 5 negros/pretos
Distribuição por orientação sexual	4 heterossexuais 1 homossexual (masc.)	5 heterossexuais	4 heterossexuais	13 heterossexuais 1 homossexual
Estado civil	5 solteiros	2 solteiros	2 solteiros 2 casados (1 união estável)	9 solteiros 5 casados
Escolaridade	5 com ensino médio completo	4 com superior incompleto/ 1 com ensino médio completo	1 com ensino médio completo 3 com superior incompleto	1 com superior completo 7 com superior incompleto 1 com ensino médio completo

As entrevistas foram fundamentais para os resultados obtidos pela pesquisa, pois por meio delas foi possível apreender os argumentos de trabalhadores e lideranças sobre mercado, condições de trabalho e direitos para jovens, bem como cotejar versões sobre a construção de pautas juvenis no sindicalismo. A sistematização desses dados, contudo, contempla primeiramente as particularidades do ator coletivo aqui enfatizado para depois relacioná-las às demandas apresentadas pelos jovens trabalhadores.

4. Caracterização da situação-tipo estudada: resultados da pesquisa

4.1. Histórico e lutas de um ator coletivo de trabalhadores organizado em torno do telemarketing

O Sindicato dos Trabalhadores em Telemarketing e Empregados em Empresas de Telemarketing na Cidade de São Paulo e Grande São Paulo, Sintratel, foi fundado em 1992 por um grupo de trabalhadores de centrais de vendas de jornal por telefone. Até 1998, no entanto, esse sindicato existiu sem registro jurídico ou carta sindical por causa de uma disputa judicial com entidades representativas dos comerciários, dos vendedores viajantes e dos agentes autônomos pela legitimidade de organizar a categoria profissional que ainda estava incipiente no país.

No bojo do processo de ampliação do setor ao qual estava ligado, o vetor de mobilização dos trabalhadores em torno de uma entidade representativa dos profissionais de telemarketing foi a necessidade de negociação do piso salarial da categoria. Assim, a primeira bandeira de luta do Sintratel foi a própria organização das condições de trabalho.

O início dessa atuação foi marcado por certa precariedade da estrutura física e financeira do Sintratel, uma vez que esse sindicato ainda não podia usufruir sua parcela da contribuição confederativa e do imposto sindical e, portanto, possuía poucos recursos para contratar funcionários, adquirir sede própria ou financiar atividades.

O reconhecimento do Sintratel como um sindicato de direito ocorreu somente seis anos depois de sua constituição, quando a entidade já possuía 5 mil trabalhadores sindicalizados e passou a representar, oficialmente, os profissionais de telemarketing ativo ou receptivo, telepesquisas, assistência por telefone, televendas, telecobrança, atendentes, telechecadores, teleanalisas e operadores de rádio-chamada.

Pouco antes disso, em 1995, os dirigentes do Sintratel acordaram, em assembléia, a filiação à Central Única dos Trabalhadores (CUT), sendo este um marco importante da história do sindicato. Isso porque teria sido a partir da vinculação a uma central sindical que a entidade passou a compor seu repertório de lutas mais politizadas, assim como posicionamentos institucionais, relacionadas não apenas ao mundo do trabalho, mas também às questões mais gerais do país, tais como a economia, a política e a participação partidária.

A filiação à CUT passaria a marcar a atuação do Sintratel e, até mesmo, a formação sindical dos seus dirigentes, que, antes desse episódio, estavam unidos pela necessidade de organização da categoria e menos interessados em partidos políticos ou convicções ideológicas. Nesse sentido, segundo a leitura de um dos nossos entrevistados, membro do sindicato nesse período embrionário, na fase que antecedeu a sua filiação à CUT, o Sintratel poderia ser visto como sindicato apolítico, dada a falta de politização e experiência sindical dos seus dirigentes, que foram forjados nos ambientes de trabalho e não em movimentos sociais ou partidos políticos.

Como pioneiro na representação da categoria no Brasil, as primeiras composições da diretoria refletiam o perfil dos profissionais do setor na época em que o Sintratel foi criado: eram homens, na faixa dos 40 anos, predominantemente trabalhadores em telemarketing ativo. Outra característica da atuação inicial foi a alta rotatividade entre os membros do sindicato, tanto os associados quanto as lideranças, como um dos reflexos da própria rotatividade dos profissionais da categoria no mercado.

Ao longo dos anos o perfil dos dirigentes foi sendo modificado. E essa transição para uma gestão sindical composta por sujeitos com perfis variados acompanhou, em certa medida, as transformações do setor e, atualmente, reflete particularidades dos trabalhadores em telemarketing: são, majoritariamente, jovens, mulheres e negros. Mas se deve, além disso, à conquista de espaços desses sujeitos por meio de ações pontuais, como a organização de encontros de juventude e a participação em coletivos e movimentos sociais ligados às questões raciais e de gênero.

Os jovens começaram a assumir cargos diretivos no Sintratel em 1994, quando Marcos Roberto Emílio, aos 21 anos, se tornou segundo tesoureiro. Nos anos seguintes a participação dos jovens foi se intensificando ao mesmo tempo que ganhava relevância a necessidade de criar atividades voltadas para esse público, como as tentativas de organização de campeonatos de

futebol e festas, e os encontros específicos de juventude ocorridos em 1996, 1997 e 1998. Nesse mesmo período, iniciava-se não apenas o fim das gestões conduzidas por adultos, com a eleição de um presidente de 23 anos em 1996, como também o ápice dos conflitos geracionais dentro do sindicato:

“Em 1996, quando eu assumi, chamei o primeiro encontro de juventude, em 1996, depois teve 1997 e 1998. Depois acabou porque foi chegando muitos jovens, aí nós entendemos o seguinte: não tem necessidade de fazer um encontro só pra jovem, todo mundo é jovem, a categoria é jovem. Então, nós temos que fazer o sindicato para jovens e não só um encontro de jovens, e lá atrás eles achavam o seguinte: ‘Deixa aí os jovens, vamos fazer um encontro de jovens pra eles terem o momento deles. Nós somos mais velhos, nós sabemos como que tem que fazer, e a gente deixa lá o momento deles’. Então, essa transição não existiu, ela foi muito conflituosa. A luta ali não era... a nossa luta principal, lá no início, não era a luta de idéias políticas, né, a idéia política na política tradicional que a gente vê de correntes políticas etc. Na verdade, ela tava sendo uma disputa política, né, mas não essa tradicional, não era a corrente ‘A’ disputando com a corrente ‘B’, a idéia ‘X’ e ‘Y’. Mas era a geração dos mais velhos e dos mais jovens por um espaço, e nós conseguimos vencer essa luta”. (Liderança do Sintratel, 30 anos, 13 de agosto de 2007)

O destaque de lideranças juvenis e a ampliação da participação de jovens no Sintratel implicaram o surgimento de um conflito geracional entre os adultos que ajudaram a formar a entidade e os novos líderes que seguiam buscando seus espaços. De um lado, os dirigentes adultos estavam presos ao modelo sindical que prima pela negociação formal com os empresários, o uso de uma linguagem mais rebuscada no contato com a base e o cumprimento de regras rígidas quanto ao horário e trabalho no ambiente do sindicato. E, do outro, os jovens traziam para o espaço sindical a espontaneidade nas relações com os empresários e trabalhadores, a necessidade de organizar atividades específicas para o público juvenil (como atividades culturais e esportivas), a flexibilização dos horários de trabalho no sindicato e a aproximação do movimento estudantil.

A presença de jovens e adultos no mesmo espaço sindical, na avaliação das lideranças ouvidas pela pesquisa, não acarretou, contudo, interferência nas bandeiras de lutas do Sintratel, dado que estas sempre estiveram relacionadas às demandas da categoria nas diferentes conjunturas. Assim, teria havido na primeira fase da atuação do sindicato uma preocupação em negociar as condições de trabalho, até mesmo por causa da então recente organização das empresas de telemarketing no país. Depois, as condições de trabalho continuaram na pauta, mas como pano de fundo para a construção de agendas relacionadas a saúde, qualificação e melhores condições de vida para os trabalhadores.

Mesmo curta, os entrevistados consideram que a história do Sintratel registra mais conquistas do que perdas. No âmbito das conquistas estão a fixação do piso salarial, campanhas salariais que garantiram reajustes de mais de 10% aos trabalhadores, convenções coletivas que asseguraram o auxílio-creche e o aumento do vale-refeição e, recentemente, a inclusão de um anexo sobre as condições de trabalho na norma regulamentadora da categoria.

A aprovação do Anexo II da Norma Regulatória 17 (NR-17), junto ao Ministério do Trabalho e Emprego, por meio da Portaria n.º 9 assinada em 30 de março de 2007, que passou a vigorar em 2 de julho do mesmo ano, representou um avanço dos critérios referentes à organização do trabalho, sobretudo porque abrange aspectos relacionados à segurança e à saúde dos profissionais em telemarketing. Mas cabe reconhecer que ela é fruto do trabalho intenso de dois anos de um grupo tripartite formado por representantes do governo federal, de sindicatos dos trabalhadores de diferentes estados e do patronato ligado ao setor e aos segmentos industrial e financeiro¹⁹.

No Anexo II da NR-17 estão especificados os parâmetros mínimos que deverão orientar a atuação das empresas de telemarketing no que diz respeito às condições ideais de mobiliário e equipamentos utilizados pelos trabalhadores, do ambiente de trabalho (como níveis de ruído e climatização), da organização das atividades (repouso semanal, pausas para repouso e alimentação, disponibilidade irrestrita de água e do uso do banheiro etc.) e da capacitação dos trabalhadores. O anexo traz, ainda, disposições que proíbem a utilização de métodos de estímulo ou avaliação do desempenho dos funcionários que configurem situações de assédio moral, constrangimento ou medo, tais como os ranqueamentos por produtividade e o uso de adereços ou acessórios com objetivo de punição.

Já a principal perda destacada pelos entrevistados está relacionada ao novo processo judicial que o Sintratel vem protagonizando há quase sete anos. Trata-se do embate, com o Sintetel, pela legitimidade de representar os profissionais de telemarket-

ing em São Paulo, que se arrasta nos tribunais desde 2000 desencadeado pela instalação da Atento Brasil S/A, empresa do grupo espanhol Telefonica que se tornou a maior empregadora do setor no país²⁰.

Essa disputa tem desdobramentos significativos para a atuação do Sintratel porque, havendo dois sindicatos que reivindicam a legalidade de representar os profissionais em telemarketing, o patronato tem autonomia para legitimar uma das entidades e associar suas atividades a ela. E a pulverização da base acarretaria, do ponto de vista das lideranças do Sintratel, dupla perda: uma, para os trabalhadores, que ficam expostos a diferentes repertórios de conquistas e benefícios nos locais de trabalho²¹; e a outra, para os próprios sindicatos, que têm seu crescimento comprometido e sua atuação limitada.

Embora não seja parte da discussão principal a que se destina este relatório, a disputa política e jurídica entre os dois sindicatos ilumina outras nuances da organização do telemarketing no mercado brasileiro. No caso do Sintetel, trata-se de uma entidade organizada inicialmente para representar os trabalhadores de empresas de telecomunicações, tal como seu registro jurídico sugere. Mas depois do advento da privatização desse setor no país, em 2001, esse sindicato promoveu alterações estatutárias para ampliar sua representatividade, passando a abranger também os “teleatendentes”.

O uso do termo “teleatendentes”, bem como “telecentro” e “teleatendimento”, por parte dos dirigentes do Sintetel, não é apenas uma preferência de linguagem, faz parte do argumento dos sindicalistas para legitimar a base que reivindicam. Assim, os trabalhadores representados pelo Sintetel seriam todos aqueles que prestam atendimento via telefone, restando ao Sintratel representar os trabalhadores que se dedicam ao telemarketing ativo.

O impacto dessa ampliação de representatividade permite que os call centers, mesmo quando possuem trabalhadores que também realizam vendas, pesquisas e cobrança por telefone, usem o argumento de que seu ramo de atuação é o segmento de atendimento telefônico e, portanto, assinem acordos coletivos com o Sintetel. Um reflexo disso é que, após a terceirização dos serviços de teleatendimento gerada pela privatização do setor de telecomunicações, a base do Sintetel saltou de 30 mil para 140 mil trabalhadores.

Tanto as lideranças do Sintratel como as do Sintetel assinalam que a maior parte das empresas pactua com o Sintetel²², sindicato que possui o reconhecimento formal de 136 call centers, especialmente os de grande porte. Isso reflete na estruturação financeira deste sindicato, que consegue colocar à disposição de cerca de 40 mil sindicalizados sete sedes e quatro colônias de férias; enquanto o Sintratel possui apenas sua sede e uma colônia de férias para o atendimento de aproximadamente 25 mil associados.

A atual diretoria do Sintetel é composta integralmente por trabalhadores de empresas em telecomunicações. Dos 14 cargos diretivos e de secretaria (presidência, vice-presidência, secretaria geral, diretoria de finanças, secretaria, diretoria social, diretoria de relações sindicais, secretaria de mulheres, secretaria de higiene e segurança, secretaria de formação, secretaria de esportes e lazer, secretaria de assuntos assistenciais, secretaria de patrimônio e diretoria de aposentados), apenas um é ocupado por mulher e dois são ocupados por negros. A média de idade dos diretores é de 48,6 anos.

Há também no Sintetel uma Secretaria de Call Center, criada em 2001 para atender as necessidades dos trabalhadores no setor, bem como um Comitê de Juventude, instituído em maio de 2007 como resultado de uma preocupação interna com o grande número de jovens que trabalham no teleatendimento. Além disso, visando contemplar primordialmente o público juvenil, o sindicato buscou estabelecer convênios com faculdades particulares, escolas de idiomas, academias e auto-escolas e oferecer cursos de qualificação profissional.

Entre as conquistas que seus sindicalizados destacam estão a implementação do Plano de Participação e Resultados (PPR), a definição do piso salarial de R\$ 380,00, a jornada semanal de 36 horas e a substituição do cartão-lanche, que obrigava os trabalhadores a comprar sanduíches em máquinas instaladas nas empresas, por vales-refeição e alimentação. Quanto às lutas atuais do Sintetel, ressalta-se a fiscalização da implantação da NR-17 nos locais de trabalho, e, especificamente como ação do Comitê de Juventude em parceria com a Secretaria de Call Center, está em desenvolvimento um espaço de convivência dentro do sindicato com acesso à internet e direcionado aos jovens trabalhadores em telemarketing.

A partilha de sua base de atuação com o Sintetel, no entanto, não é a única questão que figura nas pautas do Sintratel. Historicamente, a luta por melhores condições de trabalho tem sido a bandeira mais recorrente do sindicato. Na primeira fase

de atuação, tratava-se de estabelecer parâmetros para garantir o bem-estar e a saúde da categoria, por meio de campanhas salariais e de redução da jornada de trabalho. Atualmente, esses temas continuam pertinentes às agendas de luta, mas foram incorporadas também demandas que dizem respeito aos jovens, uma vez que estes formam o principal público atendido pelo Sintratel.

4.2 O Sintratel: “um sindicato tão jovem quanto a sua categoria”

Adotada como slogan do sindicato, a frase “Sintratel: um sindicato tão jovem quanto a sua categoria” parece sintetizar as características dessa entidade que tem somente 15 anos de existência, é liderada por jovens, representa uma categoria profissional reconhecida há menos de dez anos no país²³ que tem cerca de 70% da sua mão-de-obra formada por pessoas na faixa dos 15 aos 29 anos.

Diferentemente do Sintetel, o Sintratel é composto por uma diretoria jovem e com perfil diversificado. Na atual gestão, do triênio 2005-2008, a média de idade dos diretores é de 29 anos, tendo a mais nova diretora 21 anos e a mais velha, 37. Dos dez cargos diretivos (presidência, vice-presidência, secretaria geral, secretaria de formação, secretaria de imprensa e comunicação, secretaria jurídica, secretaria de políticas sociais, secretaria do trabalho, secretaria de organização e secretaria de finanças), seis são ocupados por mulheres, sendo quatro delas negras²⁴.

Já no final dos anos 90, época em que ocorreu o maior crescimento do setor de telemarketing no país, a direção deste sindicato pareceu assimilar o fenômeno que se desenrolava no mercado. Ou seja, enquanto as empresas apostavam na empregabilidade da mão-de-obra juvenil, o Sintratel iniciava uma nova fase de atuação pautada na construção da sua auto-imagem como um “sindicato jovem”. Isso sinaliza que as particularidades de ser um sindicato cuja média de idade dos dirigentes não ultrapassa os 30 anos desde então e de representar uma categoria composta majoritariamente por jovens se tornaram partes importantes da elaboração das suas ações sindicais, assim como do modo pelo qual o Sintratel quer ser reconhecido pelos trabalhadores que representa, pelo movimento sindical e pelo patronato.

Ser um “sindicato jovem”, na interpretação dos membros do Sintratel, significa ser uma entidade formada por jovens e ter estes como público-alvo. Mais do que isso, denota o desenvolvimento de um tipo de atuação que é constituída e expressa valores, comportamentos, práticas sociais e modos de sentir e pensar o mundo que estão associados diretamente à condição juvenil.

O que esta pesquisa nos revela é que os membros do Sintratel estão atentando para a idéia de que não basta haver um esforço de compreensão das singularidades dos jovens por qualquer que seja o sindicato: há uma especificidade na atuação dessa entidade que está intrinsecamente vinculada à experiência de “ser jovem” dos seus membros.

A essência dessa avaliação do que seria imprescindível para responder às demandas juvenis aponta que a criação de coletivos de jovens ou de políticas sindicais que visem atender as necessidades desse público é insuficiente se não for complementada com a participação de jovens na sua elaboração e implementação. No entendimento dos entrevistados, não basta “ter espírito de jovem”, “fazer festas para atrair os jovens” ou “ser legal com os jovens”, é preciso que haja jovens atuando efetivamente nos sindicatos para potencializar a eficácia das ações.

Até mesmo a história do Sintratel contribui para reforçar esse argumento, quando se analisam as mudanças acarretadas pela consolidação de lideranças juvenis na direção do sindicato. Do ponto de vista dos sindicalizados ouvidos pela pesquisa, além das experiências singulares que marcariam a atuação dos dirigentes, o tipo de linguagem utilizada no contato com trabalhadores da sua base, que é informal e permite gírias e expressões de grupos juvenis, facilita a relação e estimula a identificação dos jovens trabalhadores com a luta do sindicato.

O diferencial da linguagem é aplicado tanto no que diz respeito ao material produzido pelo sindicato (panfletos, cartilhas, periódicos e textos do site), como também no atendimento diário feito aos trabalhadores (pessoalmente, via telefone ou e-mail).

Nesse sentido, por mais que o discurso dos entrevistados aponte para uma natural transposição de práticas e linguagens associadas ao cotidiano juvenil para o espaço sindical, há que se reconhecer que esta é uma das estratégias utilizadas para aproximar o sindicato do público que é alvo de suas ações. Tal como demonstra o trecho de entrevista a seguir:

“Por serem jovens, aqui é totalmente diferente de outro sindicato. Às vezes dá impressão de bagunça, não é isso, é que todos são espontâneos, gritam, riem... perfil de juventude, som alto. É assim, mas na hora do vamos ver somos tranquilos, até o trabalhador se sente mais à vontade porque é a mesma característica de juventude. Nossos jornais são diferentes, não é aquela coisa carregada, fazemos festa, mais de mil pessoas... temos um perfil totalmente diferente (...). Alguns sindicatos têm essa coisa de força política, o pessoal é muito sério, só que esquecem que na categoria deles também tem jovens. Por exemplo, nós fazemos parte do Coletivo de Juventude da CUT e nosso perfil é totalmente diferente dos outros. Achamos que é de outro mundo, são jovens sérios... não que o jovem não deva ser sério, de postura, de linguagem, mas já pega o vício do movimento sindical. Aqui nós fazemos a linguagem que deve ser feita para a galera, não sei se isso acontece porque aqui a maioria são jovens (...). Sobre juventude não temos problemas, já vi sindicatos que não tinha nenhuma mulher, sem negros na direção e jovens também. Nas outras categorias a dificuldade de falar com a juventude é muito grande, fazem aqueles textos carregados, pesados, que o jovem não lê, nem eu leio”. (Liderança do Sintratel, 26 anos, 15 de agosto de 2007)

Outros recursos explorados pelo sindicato são os investimentos na internet como canal de participação dos trabalhadores e de divulgação das lutas sindicais, nos convênios com entidades que seriam de interesse dos jovens (como escolas de idiomas, clínicas médicas e estéticas e, principalmente, instituições de ensino superior) e na realização de festas. Estas últimas, denominadas “baladas do Sintratel”, merecem destaque porque são reconhecidas pelos sindicalizados como as atividades que mais atraem os jovens para participar do sindicato, pois mesclam entretenimento com ação política. Nessas festas, que acontecem em casas noturnas, aborda-se o papel do sindicato e realizam-se campanhas de sindicalização, ao mesmo tempo que os cerca de mil trabalhadores que comparecem se divertem ao som de DJs ou shows musicais.

As festas servem, ainda, para as discussões das bandeiras de luta em pauta. No caso da agenda atual, estão presentes temas como a campanha pelo aumento salarial, a redução de jornada de trabalho, a manutenção do veto do presidente Lula à Emenda 3 e a organização no local de trabalho. Esta última, uma estratégia para aproximar trabalhadores e ação sindical, funcionaria a partir da escolha de representantes dos sindicatos em cada empresa, que, por sua vez, cederia um espaço interno para que estes pudessem atuar ouvindo as reclamações dos trabalhadores e buscando resoluções para os problemas no ambiente de trabalho.

Além disso, são bandeiras do sindicato intervenções específicas voltadas para os trabalhadores jovens, como a proteção à saúde e ao assédio moral e sexual, a oferta de cursos de qualificação, os convênios com faculdades particulares e a luta pela regulamentação de estágios, bem como pela geração do primeiro emprego.

A inclusão da saúde no ambiente do trabalho como uma bandeira relacionada aos jovens se justificaria porque se trata de uma profissão que acarreta grande desgaste físico e mental e expõe ao risco de doenças por esforço repetitivo ou psicossomáticas, sobretudo porque boa parte dos profissionais em telemarketing concilia mais de um trabalho ou a atividade profissional com o estudo. Uma das lideranças argumentou que a saúde deve ser o centro da atuação sindical quando se trata de trabalhadores jovens, porque estes são os que menos percebem que o ambiente de trabalho pode estar relacionado ao surgimento de doenças e pouco se interessam por atividades de prevenção.

Quanto ao combate ao assédio moral e sexual, este aparece freqüentemente associado aos jovens nas falas das lideranças, embora a cobrança do cumprimento de metas de vendas ou de tempo de atendimento seja uma estratégia que recai sobre todos os trabalhadores. A associação aos mais jovens, neste caso, encontraria fundamento no fato de estes terem menor experiência no mercado e se desinteressarem pela atuação sindical e, por consequência, desconhecem seus direitos no ambiente de trabalho, ficando mais expostos às pressões e constrangimentos daqueles que ocupam cargos de chefia. Em resposta a esse problema, as ações do Sintratel concentram-se no desenvolvimento de atividades voltadas para a prevenção, seminários informativos e publicações, tal como a cartilha Trabalho e saúde dos trabalhadores em telemarketing, elaborada por sindicalistas e docentes da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo em 2001.

No que diz respeito à (re)qualificação profissional, o Sintratel oferece aos seus sindicalizados um curso que abrange as atividades em telemarketing e noções de como se comportar em entrevistas de emprego. Há também um banco de currículos que é disponibilizado às empresas para facilitar tanto a recolocação dos trabalhadores quanto a contratação de mão-de-obra especializada.

Outra ação que está relacionada à formação profissional é a busca por convênios com escolas de idiomas e instituições de ensino superior para a oferta de descontos em taxas e mensalidades. Esses convênios, que são juntamente com o aumento de salário a demanda mais apresentada pelos trabalhadores ao sindicato, cumpriram o papel de encurtar a distância entre os jovens e um posto de trabalho mais qualificado, do mesmo modo que seriam atrativos para a sindicalização de maior número de trabalhadores.

Quanto às políticas de trabalho e renda para jovens, o Sintratel participou, desde o princípio, dos debates em torno do Programa Nacional de Estímulo ao Primeiro Emprego, representado pelo seu presidente, então coordenador de juventude da CUT. Para além das considerações em torno da necessidade de desenvolvimento econômico sustentável do país, o presidente do Sintratel na época alertava para os riscos de o programa acabar por precarizar ainda mais as relações de trabalho. No âmbito municipal, o Sintratel estabeleceu uma parceria com a prefeitura de São Paulo durante a gestão Marta Suplicy, em 2004, parceria na qual o sindicato oferecia a capacitação para jovens beneficiados pelo Programa Bolsa Trabalho-Emprego, mas não foi realizada uma avaliação dessa experiência em particular.

Cabe observar que essa maior proximidade e esse envolvimento nas políticas públicas de geração de trabalho e renda para jovens não foram enfatizados pelas lideranças do Sintratel no presente. A referência maior era sempre relativa a uma experiência passada e mais concentrada na figura de uma liderança. Atualmente o Sintratel ainda mantém diálogos permanentes com o sindicato patronal no intuito de fomentar iniciativas de contratação de jovens para o primeiro emprego, mas não há nenhum projeto específico em torno dessa questão.

Em resumo, as ações do Sintratel parecem menos voltadas para a geração de novos empregos e mais direcionadas à construção de políticas que contribuam para melhorar as condições de trabalho, combatendo, assim, a precarização dos postos oferecidos em telemarketing. Registra-se também um esforço de proporcionar qualificação aos trabalhadores, quer seja pela oferta de cursos específicos na área em que atuam, quer seja pela facilitação do acesso a instituições de ensino particulares.

Por estar ligado a um setor econômico que tem por característica a empregabilidade de jovens, mulheres, negros e homossexuais, o Sintratel vem construindo parcerias não apenas com entidades relacionadas ao mundo do trabalho. Há dirigentes do sindicato atuando em coletivos voltados para as discussões de gênero, raça e direitos sexuais, bem como apoiando os eventos promovidos pela União Brasileira de Mulheres (UBM), União de Negros pela Igualdade (Unegro) e Associação da Parada do Orgulho GLBTT (Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transexuais e Transgêneros).

Como um sindicato ligado à CUT, o Sintratel participa dos coletivos criados por essa central sindical, como o de mulheres, o da questão racial, o GLBT, o de saúde e meio ambiente e o de juventude, alguns em âmbito estadual, outros em nacional. Entretanto, as relações tecidas entre Sintratel e CUT não nos interessa somente no que tange ao engajamento dos seus dirigentes nesses coletivos, mas desdobra-se na investigação das avaliações mútuas sobre atuação sindical e, especialmente, na comparação das percepções de ambas as entidades sobre conflitos geracionais no sindicalismo, participação e demandas juvenis.

4.3 Jovens e adultos no sindicalismo: construindo parcerias, suscitando conflitos

A Central Única dos Trabalhadores foi criada em agosto de 1983 e, atualmente, é a maior central sindical da América Latina, congregando cerca de 3.500 sindicatos e 21 milhões de trabalhadores na base²⁵, pertencentes a diferentes faixas etárias e segmentos profissionais. A temática da juventude, porém, passou a figurar como um dos eixos das políticas permanentes dessa central sindical somente em agosto de 1997, a partir do 6.º Concut (Congresso Nacional da CUT).

Antes disso, as questões juvenis estavam obscurecidas pelas ações direcionadas às crianças e adolescentes como parte das pautas da Secretaria de Políticas Sociais. E foi no bojo das discussões específicas dessa secretaria que um grupo de lideranças jovens propôs a realização da I Conferência Nacional da Juventude Sindicalista, em maio de 1997, já objetivando a criação de um coletivo. O mote para a convocação desse evento era a constatação de que os jovens eram um dos segmentos sociais mais afetados pela reestruturação produtiva, além de representarem o grupo etário com menor participação no sindicalismo cutista.

Contando com a participação de cerca de 200 trabalhadores e delegados sindicais com até 25 anos, o evento é considerado um marco das discussões sobre juventude, principalmente a juventude trabalhadora, dado que inaugura um espaço voltado para as temáticas juvenis a partir dos eixos mercado de trabalho, movimento sindical e cidadania, e contribui para articular o Coletivo Nacional da Juventude da CUT.

Outro marco importante para a ampliação dos espaços dos jovens na atuação cutista, tanto no que diz respeito à formação de lideranças quanto à inserção de novas pautas, foi o Projeto Juventude, Sindicalismo e Inclusão Social, coordenado pela Secretaria Nacional de Formação da CUT e patrocinado pela central sindical alemã DGB. Também denominado Projeto DGB (2004-2007), conformou-se num amplo conjunto de atividades de formação e pesquisa sobre os jovens sindicalistas da CUT ligados às confederações dos ramos químico, bancário, comerciário, metalúrgico, de agricultura e de agricultura familiar.

A importância atribuída ao Projeto DGB deve-se em parte à contribuição dessa central para o fomento de novos coletivos de juventude e, em parte, ao seu papel de formar, por meio de seminários e intercâmbios com trabalhadores alemães, novos (e jovens) dirigentes sindicais cutistas. Antes do projeto estavam organizados somente o coletivo estadual paulista e o nacional, mas após a parceria, inclusive financeira, com a central alemã, foram estruturados mais 11 coletivos estaduais e cinco confederativos²⁶, chegando-se em 2007 à soma de 18 coletivos, atuantes nas cinco grandes regiões do país.

Do ponto de vista das lideranças jovens, o principal papel dos coletivos é o fomento do debate sobre juventude no âmbito sindical, objetivando, de um lado, a sensibilização de dirigentes adultos para as questões juvenis; e, do outro, a mobilização de maior número de jovens por meio de atividades e pautas que os estimulem a se engajar no movimento sindical.

As lideranças jovens atentam, no entanto, para o fato de que os coletivos não podem desenvolver ações paralelas às da central ou do sindicato, tampouco se conformar em um espaço isolado onde a juventude sindicalista se reúne para discutir suas questões singulares. O esforço desses jovens é transformar os coletivos em canais permanentes de articulação das pautas juvenis com as outras agendas de luta das entidades onde estão inseridos.

Esse empenho em inserir os jovens em todo o processo da luta sindical está relacionado ao entendimento, por parte dessas lideranças, de que as especificidades da juventude trabalhadora são significativas e devem ser incorporadas, mas, assim como as temáticas de gênero, sexualidade e raça, são secundárias diante da luta capital versus trabalho, pois a CUT é uma central que se afirma classista, de massa e pela base.

E quais seriam as pautas juvenis no mundo do trabalho? A resposta parece estar ainda em construção, visto que se trata de um debate recente no movimento sindical. O que existem são prognósticos relacionados à maior exploração exercida sobre os jovens nos ambientes de trabalho e à dificuldade que estes enfrentam para assumir cargos de chefia nas empresas, ambos por causa da lógica perversa da inexperiência, desinformação e incompetência que pairam no imaginário sobre os trabalhadores mais novos. Outro ponto é a precarização que atinge os estagiários, porque estes têm direitos e benefícios reduzidos em relação aos outros funcionários devido à forma de contratação à qual estão submetidos.

Para além do mundo do trabalho, as lideranças estão interessadas em identificar quais são as demandas dos jovens que ainda não estão inseridos no mercado. Nos encontros periódicos do coletivo têm-se discutido a dificuldade de acesso à educação e a redução da maioridade penal, bem como a precarização que atinge o setor produtivo de maneira geral e deixa como herança aos mais jovens postos de trabalho menos qualificados. Nesse sentido, há uma proposta do coletivo de realizar palestras nas escolas de ensino médio para aproximar os futuros trabalhadores das questões que cercam o mundo do trabalho e a luta sindical.

O interessante, aqui, é que esses jovens estão empenhados em situar a temática da juventude para além da clássica questão da “renovação dos quadros”, tal como sempre foi recorrente no sindicalismo. A própria ausência histórica de uma idéia de juventude nas resoluções sindicais até 1997 já seria um indicativo da dificuldade que movimento sindical tem de lidar com as singularidades dos jovens trabalhadores e assimilar novas pautas e estratégias de atuação. Assim,

“na questão de conquista, de fato, achamos que a maior conquista do coletivo foi ter trazido os jovens para dentro das entidades, renovando, trazendo novas pessoas para discussões... ter trazido o tema da juventude pra CUT, até porque eu não sei se a CUT tem, de fato, uma estratégia política pra juventude. Então, é um novo despertar político, trazer novas pessoas com novas visões para dentro da discussão, nenhum outro ganho seria maior que esse”. (Liderança do Coletivo Nacional de Juventude da CUT, 29 anos, 24 de julho de 2007)

Contudo, além da investigação das demandas juvenis e da construção de bandeiras que as contemplem, o desafio que está colocado para os coletivos é o mesmo a ser superado pelo Sintratel: o de ampliar a participação dos jovens no sindicalismo, tanto no que se refere ao aumento do número de sindicalizados como no que tange à formação de novas lideranças. Por isso está imbricada nesse processo a descoberta de formas de ação que sejam atrativas para os jovens e combinem os assuntos pertinentes à luta sindical com outros de interesse geral, como a música, o lazer e os esportes.

As percepções dos sindicalistas jovens sobre as juventudes brasileiras também nos ajudam a entender por que estão preocupados em descobrir novas estratégias de mobilização para o sindicalismo. De maneira geral, os jovens contemporâneos foram considerados individualistas, consumistas, altamente competitivos, com pouca consciência política e presos aos apelos midiáticos. Nos discursos de definição sobre esses jovens, aparece até certo saudosismo dos anos 70, quando, em meio à ditadura política e à luta pela democratização, foram forjados os atuais dirigentes adultos. De fato essa tem sido uma imagem recorrente que muitas vezes obscurece o fato de que os jovens que participavam, lutavam e protestavam não representavam a maioria dos jovens naquele momento histórico (Venturi, 2005). E, se os jovens estão pouco ou menos interessados na participação, esta não parece ser uma particularidade juvenil, mas também do mundo adulto. Nesse sentido, não é apenas “problema de uma geração que nasceu sob a égide do neoliberalismo”, para reproduzir um dos argumentos mais utilizados pelas lideranças.

A presença dos jovens nos sindicatos é avaliada, em grande medida, como fruto do interesse pelos benefícios proporcionados, ou, ainda, pela necessidade de resolução de problemas particulares, não se relacionando, portanto, a um envolvimento político quando se trata dos sindicalizados. Ao comparar a participação de jovens e adultos no Sintratel, por exemplo, uma das lideranças chegou a pontuar que os primeiros entram em contato para saber dos descontos em cursos, colônias de férias, festas e eventos com outras entidades. Já os adultos “são os que reclamam mais” sobre as condições de trabalho por terem “bagagem no mercado”. No entanto, seja para adultos, seja para jovens, sabe-se que a busca por “serviços” é uma das formas clássicas de aproximação dos sindicatos, não se restringindo a uma conduta particularmente juvenil (Boito, 1991).

De todo modo, quanto à mobilização dos jovens, a experiência do Sintratel, no que diz respeito às estratégias de aproximação dos jovens, parece estar gerando resultados satisfatórios. Sobre as novas lideranças, porém, os dirigentes do Sintratel sinalizam que não se trata da dificuldade de formar jovens para o quadro sindical, mas, sobretudo, de haver reconhecimento dos sindicalizados adultos para que as lideranças juvenis ampliem seus espaços de participação para além do “sindicato jovem” e dos coletivos, ganhando lugar nas diretorias executivas e secretarias nacionais. Houve até uma fala bastante contundente de uma liderança do Sintratel reivindicando ações afirmativas de cotas para jovens nos cargos diretivos como forma de atenuar o conflito que se faz permanente com os adultos, principalmente porque estes teriam muita dificuldade em abdicar dos seus cargos.

Na visão de um dos dirigentes adultos da CUT, a participação de jovens no sindicalismo é um desafio central para a mobilização política, uma vez que a juventude trabalhadora pode ser o vetor do fortalecimento da organização sindical com a proposição de novas alternativas coletivas. É essa mesma juventude que requer estratégias que não se restrinjam às lutas associadas ao mundo do trabalho, mas se estendam às atividades de música e teatro e sejam traduzidas numa “linguagem de jovens”. Assim, as estratégias são menos pensadas na perspectiva de luta pelo direito ao trabalho de jovens ou por melhores condições de trabalho para jovens ou até pelo debate em torno de alguma legislação específica.

Há uma preocupação dos dirigentes adultos em também envolver os jovens em outros espaços que não apenas os coletivos de juventude, como as secretarias de saúde e segurança. O que demonstra que, pelo menos no que diz respeito às estratégias de sensibilização de jovens e à extensão das esferas de participação, as lideranças jovens e adultas estão afinadas.

Já com relação à demanda por trabalho decente, as análises de dirigentes jovens e adultos divergem apenas sobre a forma mais adequada para a inserção da mão-de-obra juvenil no mercado. O posicionamento da CUT, tanto da direção central quanto do coletivo, é que a maior dificuldade dos jovens é o acesso ao mercado de trabalho, dadas as transformações que impactaram de forma significativa a oferta para a mão-de-obra juvenil. Nesse sentido, o ideal é que a inserção dos jovens fosse postergada até a conclusão do ensino superior para que eles pudessem ocupar postos mais qualificados, sendo necessário, ainda, que outras lutas históricas dos sindicatos, como a redução da jornada de trabalho e o fim das horas extras, sejam conquistadas para que haja absorção desses novos trabalhadores. Desse modo,

“Entendemos que temos que retardar a entrada do jovem no mercado de trabalho, que ele tem que se formar na faculdade para assumir um emprego. Tem a questão da redução da jornada para 40 horas – que também não adianta reduzir a jornada para 40 horas e fazer horas extras –, nossa proposta é o fim da hora extra. Se não se conseguir o fim da hora extra, conseguir um balizador e aí sabemos que se incentiva a contratação de mais pessoas. Temos que retardar a entrada do jovem no mundo do trabalho, mas tem que garantir que ele entre. Temos algumas lutas e propostas nessas questões que já estão aí, mas que contemplam também a juventude.” (Liderança do Coletivo Nacional de Juventude da CUT, 29 anos, 24 de julho de 2007)

Mas reconhece-se que a brutal desigualdade de distribuição de renda no país acaba empurrando os jovens, sobretudo os mais pobres, cada vez mais cedo para o mercado, acarretando até mesmo o abandono escolar, numa espécie de “círculo vicioso que perpassa gerações”. Assim, muito embora estejam claras as dificuldades, o melhor seria que os jovens completassem o ensino superior para depois ingressarem na vida ativa. Questionado sobre essa opinião, um dos dirigentes adultos abriu a possibilidade de que jovens pudessem realizar estágios ou trabalhos em tempo parcial ao longo da trajetória universitária, mas nada além disso.

Dados os limites para alcançar o desejado, as contribuições da CUT para a superação do problema da falta de trabalho, especialmente para jovens, concentram-se na inclusão das pautas de juventude nos sindicatos e no estímulo para que estes se envolvam nas políticas públicas de geração de emprego e renda para jovens. Nesse sentido, a central avaliava positivamente o recém-extinto Programa Nacional de Estímulo ao Primeiro Emprego, apoiando políticas de incentivo fiscal às empresas que contratam jovens, porque considera que em ambos os casos os jovens têm a possibilidade de adquirir a tão exigida experiência no mercado. Internamente, a CUT também busca dar contribuições desenvolvendo cursos de qualificação e de alfabetização voltados para os jovens, do mesmo modo que apóia as políticas que estimulam o primeiro emprego, desde que se trate de trabalho formal e decente e que permita aos universitários estagiar, quando houver interesse pessoal.

Na avaliação das lideranças do Sintratel, o principal problema da política de estímulo ao primeiro emprego do governo federal reside no tipo de trabalho que está sendo oferecido aos jovens: pouco qualificado e com salários e benefícios inferiores aos dos outros funcionários. Outro ponto de divergência é que os dirigentes entendem que mesmo os estudantes de ensino médio podem ser estimulados a ingressar no mercado de trabalho, a partir dos 16 anos, mas para isso devem ser criadas estratégias que lhes permita conciliar trabalho e estudo e gerem renda.

É interessante considerar que algumas lideranças jovens enxergam como limitado o papel do sindicato na geração de novos postos de trabalho, embora reconheçam que a demanda por trabalho para jovens deve ser uma das bandeiras centrais. Mais interessante ainda é analisar a maneira ambígua como essa demanda é expressa nos discursos das lideranças jovens e adultas: ela aparece como uma necessidade, mas não é referida, espontaneamente, como um direito dos jovens. Entretanto, a educação, especialmente o ensino superior, é citada como um direito específico.

O atual ponto de conflito entre o Sintratel e a CUT, porém, não está relacionado às percepções sobre inserção juvenil no mercado ou às distintas formas de atuação. Diz respeito à discordância das lideranças do sindicato quanto ao apoio que a central tem dado ao governo Lula e que, no entendimento dos dirigentes do Sintratel, é imparcial e estabelece quase que uma relação

de dependência entre as estratégias da CUT e as do governo federal. Isso tem levado os dirigentes do sindicato a considerar a possibilidade de desfiliação e de organização de uma nova central sindical.

A avaliação do trabalho do Sintratel pela CUT também não é totalmente positiva. Um dos dirigentes adultos considerou que as lideranças do sindicato ainda carecem de uma real compreensão da conjuntura do país e que, embora tenham vontade de contribuir para transformar, não trazem consigo um histórico de lutas e conquistas. Outro dirigente considerou, contudo, que o Sintratel tem contribuído para ampliar sua participação política e desempenhado papel importante, dentro da CUT, de organização da juventude trabalhadora.

Segundo os membros do Sintratel, não há subsídios suficientes para pontuar como sua atuação é percebida pela CUT. Os dirigentes consideram apenas que suas estratégias são inovadoras no que tange à juventude e se tornam referência no que diz respeito ao contato e à construção de pautas para jovens.

No entanto, a CUT não chega a ser nomeada opositora do Sintratel. Ainda que seja preciso considerar que não houve consenso, foram relacionados como oponentes o Sintetel, por causa da disputa da base; e os partidos da direita, por causa da majoritária filiação dos dirigentes do Sintratel ao PCdoB. Uma das lideranças considerou que o patronato figurava entre os opositores do sindicato, mas que as novas estratégias de negociação os têm aproximado.

Como aliadas, as lideranças do Sintratel reconhecem entidades cujos interesses são comuns, como a União Nacional de Negros pela Igualdade (Unegro), pela luta racial, a União Brasileira de Mulheres (UBM), pelas discussões de gênero, e a União Nacional dos Estudantes (UNE). Há também parcerias com a União da Juventude Socialista (UJS), devido à filiação da maior parte das lideranças ao PCdoB; e com o Movimento Cultural Lado Periférico, dado o engajamento de um dos membros do sindicato com o hip-hop.

Tomando como gancho a referência de um membro do Sintratel ao hip-hop, vale mencionar que esse movimento foi citado por lideranças jovens e adultas como um modelo de atuação cultural e política que deve ser considerado por aqueles que estão buscando novas formas de mobilizar a juventude brasileira.

Por fim, cumpre registrar que a territorialidade não é um aspecto relevante no estudo do ator coletivo em questão, pois só houve comparações do Brasil a outros países (Alemanha, Suécia e Estados Unidos) quando se abordou o avanço do modelo europeu e norte-americano no campo do ensino, com a garantia de educação de qualidade a todos os jovens.

Cabe-nos, agora, refletir como os jovens trabalhadores vivenciam os problemas já referidos por estudiosos e sindicalistas no setor do telemarketing, e como percebem seus direitos, sua participação social e o sindicato que os representa.

4.4 Jovens trabalhadores no telemarketing: tecendo comentários sobre condição juvenil, trabalho e participação social

A análise das entrevistas revelou que a participação no mundo do trabalho circula no imaginário dos jovens como um elemento fundamental no processo de transição para a vida adulta: torna-os responsáveis, pontuais, ocupados e capazes de arcar com seus próprios gastos. Como parte do jogo de identidades, todos os entrevistados se consideraram jovens – uns por causa da idade, alguns pelos sentimentos em relação à vida, outros por causa das práticas de lazer e brincadeiras –, do mesmo modo que foram unânimes em argumentar que também possuem características de adultos, sempre as relacionando às suas atividades de trabalho ou sindicais.

Somente uma das trabalhadoras considerou que “é ruim ser jovem”, visto que os adultos o vêem como “irresponsável”; assim como somente uma das sindicalizadas apontou que, ao se falar em jovens, não se pode deixar de dizer que “são acomodados” e que “muitos só pensam em baladas”. De maneira geral, a vida e os comportamentos juvenis foram associados a características positivas, como “simpatia”, “vontade de aprender” e “ânimo”, e a sentimentos de “felicidade” e “alegria”.

Como jovens inseridos nas atividades produtivas, os entrevistados também relacionaram suas especificidades no mercado de trabalho. Para os que consideram haver mais facilidades para os jovens, tal fato foi atribuído às características ineren-

tes a eles, como “simpatia”, “dinamismo”, “disposição” e “vontade de aprender”. Para os que julgaram existir mais dificuldades, o principal problema é a falta de confiança na indicação para os cargos de liderança nas empresas, ou, ainda, o desrespeito por parte dos adultos aos chefes mais novos, visto que os jovens são percebidos, freqüentemente, como “inexperientes”, “irresponsáveis” ou “incapazes”. Essas imagens corroboram percepções de jovens trabalhadores de outros setores, tais como já evidenciaram algumas pesquisas (Corrochano, 2001; Martins, Ferreira, 2003).

Apenas dois dos jovens, no entanto, relataram experiências de preconceito, discriminação ou violência associadas à condição juvenil. Uma delas vinculada ao ambiente de trabalho, pois um dos jovens comentou que ficava encarregado dos serviços de limpeza que não faziam parte das suas atribuições apenas por ser o mais novo dentre os funcionários. A outra, no âmbito de lazer, dado que uma jovem se referiu à censura de alguns filmes a menores de 18 anos como um ato de discriminação.

No campo dos direitos, é gritante a reivindicação pela educação, especialmente o acesso ao ensino superior gratuito, sendo o emprego o segundo direito mais solicitado pelos jovens. Esses dois direitos voltaram a aparecer quando os jovens foram estimulados a sugerir políticas públicas juvenis, por vezes combinadas a propostas de qualificação para o mercado de trabalho, como nos revela o quadro a seguir:

DIREITOS	SUGESTÃO DE PROJETOS PARA JOVENS
Meia-entrada nos cinemas Meia-tarifa nos transportes até os 22 anos Ciclovias e bibliotecas	Educação integral até os 15 anos e encaminhamento para o mercado de trabalho aos 18 anos Universidades públicas Bibliotecas Mais acesso à saúde
Segurança	Mais áreas de esporte e lazer Centros educativos para reforço escolar Incentivo ao voluntariado
Acesso à universidade pública (as instituições particulares deveriam ser extintas)	Mais universidades públicas e cursos profissionalizantes
Acesso à universidade pública	Investimento nas pequenas empresas para que criem oportunidades para jovens Atividades de cultura
Educação Boa alimentação Emprego	Universidades públicas Cursos profissionalizantes Áreas esportivas
Acesso à universidade pública	Universidades públicas
Uma legislação específica que garanta integridade física e moral dos jovens, bem como o acesso ao emprego	Áreas de lazer nas periferias Moradia Saúde e Educação

Ao serem indagados se as sugestões encaminhadas estavam relacionadas com dificuldades que os jovens estão vivendo, os entrevistados ponderaram que, sem qualificação, mesmo que haja um esforço da parte dos jovens em procurar boas oportunidades, restarão a eles subempregos ou desemprego. A educação é um direito tão importante para os jovens que alguns consideraram estar sujeitos a postos de trabalho menos qualificados porque não tiveram acesso ao ensino superior, especialmente aqueles que identificaram o trabalho em telemarketing como uma atividade cansativa e de baixa remuneração.

O emprego é outro direito significativo almejado pelos jovens. Dentre os entrevistados, apenas dois não se inscreveram em programas de estímulo ao primeiro emprego, todos os outros buscaram essas políticas públicas visando não somente obter renda própria, mas também adquirir a tão cobrada experiência no mercado de trabalho. É interessante observar que os jovens nomeiam o que estão considerando experiência: para além do registro em carteira, que aparece com mais frequência, a importância de ser “apresentado” ao mundo do trabalho, de conhecer seu espaço, suas regras, enfim, de ser socializado em seu interior. Tal como nos mostra o trecho abaixo:

“Como eu nunca tinha trabalhado, não sabia, assim, achei superimportante pro jovem que tá entrando no mercado de trabalho, porque foi uma experiência que, tipo assim, eu jamais achei que poderia ser daquele jeito. Se eles não me dessem uma chance no ‘Jovem Cidadão’, se eu fosse direto numa empresa, a minha dificuldade ia ser muito maior. Então, assim, no ‘Jovem Cidadão’ você fica à vontade, você tem seu horário, é próximo da sua casa, você tem sua conta, é tudo limitado, é tudo reduzido. Se você fosse trabalhar numa empresa registrada, normal, seria, assim, mais puxado. Ali você já estaria apto pra trabalhar entendeu? Eu achei superinteressante, gostava do ambiente de trabalho, as pessoas me elogiavam muito porque eu trabalhava na recepção e era bastante elogiada, porque era comunicativa, bastante comunicativa. De lá, eu ganhei uma indicação pra trabalhar num lugar registrada, aí sim, eu ia colocar tudo aquilo em prática, mesmo que fosse numa outra profissão.” (Jovem trabalhadora, 24 anos, ex-operadora de cobrança, 12 de julho de 2007)

A carência de oportunidades e o acesso restrito ao ensino superior ganham mais relevância quando se analisa a trajetória desses entrevistados até a atividade atual que desempenham. A inserção da maioria dos entrevistados no mercado de trabalho aconteceu de maneira informal, pois apenas dois deles – um rapaz que começou a trabalhar como aprendiz em uma marcenaria e uma moça que trabalhava como recepcionista de estacionamento – tiveram sua primeira experiência registrada na carteira de trabalho. Esse direito somente foi conquistado pela maioria dos jovens depois de pelo menos seis meses no mercado, sendo três deles registrados na sua segunda experiência e o restante a partir da terceira experiência.

A média de idade de ingresso no mercado de trabalho foi de 14,8 anos entre os entrevistados, tendo sido um homem o que teve sua trajetória iniciada com a menor idade, aos 11 anos; e uma mulher a que teve sua inserção postergada, aos 19 anos. Os postos ocupados por esses jovens em sua primeira experiência foram variados, mas três atividades foram citadas mais de uma vez: três jovens começaram a trabalhar entregando panfletos nas ruas (dois homens e uma mulher), três foram vendedores/atendentes de loja (dois homens em loja de parentes e uma mulher) e duas moças foram recepcionistas – como sintetiza o quadro a seguir:

Ingresso no mercado de trabalho

Dois dos entrevistados, os mais novos, tiveram sua primeira experiência de trabalho com registro em carteira no telemarketing, mas todos eles acumulam, pelo menos, um ano e meio de experiência nesse setor. O que se mostra interessante, no entanto, é que 40% deles não conheciam as atividades do telemarketing antes de exercê-las e outros 20% disseram que conheciam anteriormente, mas não gostavam das atividades relativas ao setor.

A inserção de metade desses jovens no telemarketing aconteceu por meio da indicação de outros amigos que já trabalhavam na área; outros 30% via agência de empregos; e o restante respondeu a anúncios de jornal. Os jovens tinham em média 20,6 anos quando começaram a trabalhar no setor, 40% ingressaram aos 21 anos e 80% tiveram essa primeira experiência registrada na carteira profissional.

As motivações para o ingresso no telemarketing, contudo, deixam implícita a relação do setor com situações enfrentadas mais diretamente pela juventude em busca de oportunidades de emprego: a falta de experiência e a necessidade de conciliar trabalho e estudo, bem como ter renda para arcar com os custos de cursos e faculdade, pois 30% dos jovens ouvidos se sentiram atraídos pela carga horária que permite trabalhar em mais de um emprego, estudar ou ter tempo livre; 20% buscaram uma atividade que não exigisse experiência profissional; 20% estavam desempregados e sem perspectiva; e outros 20% necessitavam ter dinheiro para financiar estudos. Como nos revelam os depoimentos a seguir:

“Eu fui ao CIEE, onde eu busquei alguma coisa que tivesse de acordo com a minha experiência. No caso, nenhuma, porque eu não tinha experiência em carteira. E o que o CIEE fez? Ele viu segundo grau, a empresa precisava de pessoas que tivessem o segundo grau ou que estivessem estudando, nesse caso eu tava estudando, fizeram o processo seletivo e eu passei. Não conhecia nada na área, não tinha conhecimento, tinha medo, muito medo... porque você tem metas, tem cobrança, as pessoas exigem o seu esforço, você tem que ser a pessoa que tem capacidade de superar os seus limites.” (Jovem trabalhador, 27 anos, operador de telemarketing receptivo, 13 de julho de 2007)

“Todo mundo falava de telemarketing pra cá, telemarketing pra lá, e eu sempre fui objetiva, nunca quis coisas pequenas, e sempre falaram que telemarketing é uma coisinha básica pra começar. Eu falei: ‘Ah, eu não quero isso pra minha vida’, até que eu fui lá na Atento e passei. Só que eu tinha acabado de sair do colégio, precisava de um emprego, não queria mais que minha mãe sustentasse os meus cursos. Ai eu falei assim: ‘Então, vou tentar só pra eu ter uma renda pra continuar pagando os meus cursos.’” (Jovem trabalhadora, 19 anos, monitora de qualidade, 14 de julho de 2007)

O lugar do trabalho na vida desses jovens fica perceptível quando se analisa o que os entrevistados estão valorizando como elementos mais importantes no seu atual emprego. Para dois dos jovens trabalhadores, a importância está na possibilidade de crescimento profissional oferecida e, para os outros, está na experiência adquirida, no aprendizado, no salário, nos benefícios recebidos e na proximidade entre a casa e o local de trabalho.

Dentre as respostas múltiplas que deram à indagação sobre o uso do salário, as contas domésticas, tais como água, luz, telefone e aluguel, apareceram na fala de 70% dos jovens, seja porque são casados e dividem essas despesas com seus companheiros, seja porque contribuem financeiramente em casa. Outra resposta comum a três jovens foi o uso do salário para pagar a faculdade, dado que todos os que são universitários estudam em instituições particulares. Também foram apontadas como gastos as dívidas com cartões de crédito e empréstimo pessoal, celulares, financiamento de carro, roupas e lazer (cinema, shows, teatro e passeios).

	IDADE	REGISTRO DA EXPERIÊNCIA	ATIVIDADE
Homens	11 anos	sem registro	atendente de doçaria (pertencente ao avô)
	13 anos	sem registro	atendente de loja (pertencente ao tio)
	13 anos	sem registro	entregador de panfletos
	15 anos	com registro	aprendiz de marcenaria
	17 anos	sem registro	entregador de panfletos
Mulheres	13 anos	sem informação	repcionista de auto-escola
	13 anos	sem registro	vendedora
	17 anos	sem registro	babá
	17 anos	sem registro	entregadora de panfletos
	19 anos	com registro	repcionista de estacionamento

Quanto aos gastos com atividades de cultura e lazer, cabe comentar que estes foram os menos citados e estiveram sempre associados a frases como “vou ao cinema, teatro e shows, mas isso é esporádico” ou “quando sobra dinheiro, o que é raro, eu passeio e compro roupa”. Além de boa parte dos jovens trabalhadores não possuir casa própria e ajudar nas despesas domésticas, seus rendimentos são de R\$ 573,50, em média, e a renda familiar fica em torno de um a três salários mínimos. Os valores mais altos estão relacionados aos jovens sindicalizados, que têm média salarial de R\$ 883,80 e renda familiar de, no mínimo, quatro a seis salários mínimos²⁷.

Embora ocupem, atualmente, cargos diferenciados, todos os entrevistados começaram trabalhando como operadores de telemarketing e continuam exercendo atividades relacionadas à operação, de modo que nenhum deles chegou aos cargos de supervisão ou gerência. Ocupando os postos mais baixos na hierarquia das centrais de atendimento, os jovens ouvidos têm mais queixas do que elogios às suas atividades, e, novamente, a carga horária flexível e com menos horas a serem cumpridas do que em atividades da indústria ou do comércio aparece como algo valorizado.

É preciso considerar, nesse sentido, que cumprir a jornada semanal de 36 horas parece ser mais significativo por permitir acumular o trabalho em telemarketing e outras atividades do que por causa do tempo livre proporcionado. Apenas dois dos entrevistados nunca cumpriram jornada em mais de uma empresa; os outros jovens conciliaram mais de um trabalho – de modo geral, também em telemarketing – no intuito de aumentar seus rendimentos, mesmo que isso implicasse grande desgaste físico e mental. Entre os universitários, por exemplo, todos citaram a carga horária como um ponto importante para continuar trabalhando no setor, pois assim teriam tempo maior para se dedicar aos estudos. Tal como nos indicam estes trechos de entrevistas:

“Na verdade, eu tinha o maior interesse em pagar a minha faculdade. Eu não tava ligando muito pra profissão, mas como tinha o boleto bancário pra pagar ali mensalmente (...). E eu tinha tempo pra estudar, eu pensava nisso também, que era meio período... então, essa facilidade de tempo também me ajudava bastante pra fazer trabalho escolar e estudar pra prova.” (Jovem trabalhadora, 24 anos, ex-operadora de cobrança, 12 de julho de 2007)

“Geralmente, o telemarketing chama atenção por causa disso para os que estão começando: você está acostumado a trabalhar oito horas, com uma hora de almoço e, em alguns casos, os salários não chegam a [valores] como o de telemarketing. Porque se você trabalhar em vendas, comissão ou bater metas, você ganha comissão em cima do fixo, dependendo da empresa. E isso me chamou a atenção: trabalhar seis horas, ter um fixo e ter o dia inteiro para poder fazer várias coisas, estudar... eu fiz inglês, Corel [Draw] pra ajudar na informática.” (Jovem sindicalizada, 30 anos, 15 de agosto de 2007)

Ao serem indagados sobre o que mais gostam no trabalho, 30% dos jovens responderam fazendo alusão às “poucas horas de trabalho” ou à “flexibilidade de horário”. Porém, um maior número de respostas, de 40% dos entrevistados, fez menção ao convívio com os outros funcionários – uma das entrevistadas até valorizou o fato de serem “todos jovens, da mesma idade; não tinha como ficar desanimada no trabalho”.

Curiosamente, a relação com os funcionários também apareceu como o ponto mais citado quando se perguntou o que os jovens não gostavam no ambiente de trabalho, seja porque a atividade em telemarketing estimula a competição, a traição e a desunião entre os trabalhadores, seja porque os que têm mais experiência na empresa não respeitam os trabalhadores mais jovens.

As respostas dos jovens sobre o que gostam e não gostam no trabalho em telemarketing traduzem, ainda, imagens que têm sobre o setor: trata-se de um segmento de alta competitividade entre os funcionários, com carga horária atrativa e com baixos salários ou poucos benefícios. Faz parte também do imaginário dos trabalhadores que o telemarketing é o setor das oportunidades para aqueles que não cursaram graduação, não têm experiência no mercado de trabalho ou estão desempregados há muito tempo. Alguns jovens chegaram a considerar que “emprego, hoje em dia, só em telemarketing”, ou, ainda, que basta ao interessado em se tornar operador de telemarketing saber ler, escrever e falar sem cometer muitos erros gramaticais que consegue trabalho. Para um dos sindicalizados, “é setor que mais cresce no país, gera o primeiro emprego e trabalho com carteira assinada” e, para outro, “é a principal fonte de oportunidade para a juventude”, pois “não exige experiência nem tanta escolaridade”.

Mesmo sendo valorizado como um segmento econômico de alta empregabilidade e algumas oportunidades profissionais, a carreira no telemarketing não é ambição de maior parte dos jovens ouvidos – quando o é, são os outros departamentos das empresas de call center ou das contratantes que interessam aos trabalhadores. Dos cinco entrevistados que pretendem seguir carreira, somente dois almejam ocupar os cargos de supervisão; outros dois interessados ambicionam atuar na área administrativa ou no suporte técnico dos computadores; e uma almeja trabalhar com seguros, que é a área da empresa para a qual presta serviços. Cabe comentar, também, que para uma das entrevistadas, ex-funcionária do setor, o trabalho em telemarketing ainda é uma das suas possibilidades profissionais, tendo em vista que concluiu a graduação em Administração de Empresas e está atuando na área, mas não está convicta da sua escolha.

Os entrevistados reconhecem que há boas chances de crescimento profissional, não apenas pela possibilidade de atuação nas áreas das empresas contratantes, como também por causa da constante expansão dos call centers. Mas o desinteresse em seguir carreira no telemarketing é justificado pelos baixos salários e benefícios ou pela instabilidade econômica das empresas – ambos relacionados como efeitos perversos da terceirização –, dando ao trabalho em telemarketing um caráter provisório:

“Porque é muito baixo o salário. Quando eu entrei era muito bom, a gente tinha um salário bom, benefícios bons. Depois que terceirizou, abaixaram muito os salários, os benefícios são mais difíceis, por isso tem que ficar negociando com o sindicato, o sindicato tem que pegar pesado com as empresas pra poder negociar os melhores benefícios. Mas o salário é muito difícil eles aumentarem, então eu acho que esse é o principal fator pra ele não querer seguir carreira. Ele usa o salário do call center pra poder pagar a faculdade, geralmente, né, porque daí ele vai seguir a área que ele quer.” (Jovem sindicalizada, 27 anos, 19 de agosto de 2007)

“Telemarketing é assim, é uma maravilha, porque eles aumentam a quantidade de pessoas, diminuem o salário e tem corte coletivo (...). O problema da empresa de telemarketing é a terceirização, se você trabalha terceirizado, você não tem nenhum tipo de benefício e você ganha menos (...). Você não tem estabilidade financeira, hoje você tá aqui, mas amanhã você não está mais. Você dorme e acorda todo dia sem saber: será que eu vou continuar amanhã? Eu costumo dizer que todo funcionário de telemarketing não pode ter dívida, porque, se tiver dívida... apesar de que hoje o mercado de trabalho pra telemarketing... eles tão abrangendo muito, (...) então, você acaba não ficando desempregado, mas você pode conseguir um emprego que não diz de acordo com suas dívidas.” (Jovem trabalhador, 27 anos, operador de telemarketing receptivo, 13 de julho de 2007)

As outras reclamações sobre o trabalho em telemarketing estão afinadas com as pautas recorrentes das ações sindicais. A mais citada foi o controle do uso do banheiro e da ingestão de água por parte dos supervisores, mas aparecem referências também às pressões psicológicas, ao assédio moral e sexual (sobretudo às mulheres), à limitação de vida social por causa das escalas nos fins de semana e feriado e à falta de limpeza do ambiente de trabalho. Além disso, 80% deles já tiveram algum problema de saúde que relacionam às suas atividades ou às condições do local de trabalho, sendo as mais comuns a tendinite nos braços, o estresse e a rinite.

No entanto, nem sempre os problemas enfrentados são encarados como questões relativas ao trabalho ou à empresa onde se trabalha. Para dois entrevistados, por exemplo, o sucesso ou insucesso profissional, o desgaste e as doenças que podem ser associadas às atividades de trabalho são vistos como “casos isolados” e estão relacionados mais às características pessoais dos funcionários, uma vez que “alguns se acomodam na empresa” e “todos os trabalhos têm suas dificuldades, não só o telemarketing”.

Além dos problemas apontados, 50% dos jovens consideraram que seus direitos não são respeitados no ambiente de trabalho. O que a maior parte deles entende como “direitos trabalhistas” mescla conquistas gerais dos trabalhadores, como o recebimento do salário e do vale-transporte, as férias anuais e o FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço), e outras relacionadas ao trabalho em telemarketing, como a proibição do assédio moral, as pausas para descanso, lanche e uso do banheiro.

Alguns benefícios, como os vales-refeição e alimentação, a assistência médica e o auxílio-creche, foram citados, bem como alguns deveres dos trabalhadores, tais como bater o cartão de ponto e cumprir a carga horária estabelecida. Um dos jovens sindicalizados mencionou também o direito de participar de greves e manifestações sindicais sem que isso acarrete em advertência ou demissão.

Possivelmente por causa dessa confusão entre direitos trabalhistas e benefícios oferecidos por algumas empresas, os convênios médico e odontológico e valores mais altos dos vales-refeição e alimentação foram mencionados como direitos que os entrevistados gostariam de usufruir, assim como o direito de expressão e um “tratamento mais humano” no local de trabalho, e a troca das férias anuais por folgas mensais. Três dos jovens disseram, no entanto, não ter nenhum direito ou benefício que gostariam de receber.

Quanto ao valor da carteira assinada, da entrevistada com menor experiência ao jovem com mais tempo no mercado de trabalho, esse benefício foi considerado muito importante, tanto pelos direitos que são por ela garantidos (como o auxílio em caso de acidente, seguro-desemprego, FGTS e aposentadoria, citados pelos entrevistados) quanto pelo registro da experiência que é tão cobrada dos jovens no início da sua trajetória no mercado de trabalho.

Para um entrevistado que já trabalhou no mercado informal, por exemplo, é por meio da carteira assinada que se consegue “provar que tem experiência” e “receber seus direitos”. Já para um jovem que conquistou esse benefício depois de 13 anos no mercado e já acumulou experiências como trabalhador informal, autônomo e cooperado, trata-se “da melhor coisa que se criou para o trabalhador”, pois “garante” o pagamento de salário e outros direitos, como aposentadoria e fundo de garantia. No caso de uma jovem que ingressou há dois anos no mercado, ter a carteira de trabalho assinada também passa a ser um diferencial, dado que:

“Quando eu fui procurar outros empregos, eles sempre perguntavam: ‘Você tem carteira assinada?’ e eu não tinha. Aí eles não me chamavam, então isso foi uma coisa boa. E carteira assinada... também porque tem aquelas vantagens, se você sofrer um acidente no serviço, eles se responsabilizam e se não se responsabilizarem... E todos os benefícios que quem não trabalha com registro não tem, por exemplo, um pedreiro, se ele cair da escada e quebrar a perna, o problema é dele. Se ele não estiver registrado, então, o problema é dele. Se eu estiver descendo a escada da Atento e quebrar um dedinho, o problema é da empresa. Eu acho que isso é muito importante.” (Jovem trabalhadora, 19 anos, monitora de qualidade, 14 de julho de 2007)

As informações sobre os direitos no trabalho foram obtidas por meio da atuação dos sindicatos, no caso da maior parte dos jovens ouvidos. Outras fontes foram o próprio departamento de recursos humanos da empresa, os colegas de trabalho e o curso de graduação em Administração de Empresas. Esse conjunto de respostas sinaliza a importância da atuação sindical para a conscientização dos trabalhadores, mas nenhum dos jovens que não são sindicalizados demonstrou simpatia pelos sindicatos que representam a categoria em São Paulo, e apenas uma entrevistada manifestou interesse em participar.

Todos os trabalhadores ouvidos já tiveram algum tipo de contato com o Sintratel ou o Sintetel, seja por meio da atividade de panfletagem que os sindicatos realizam, seja porque encaminharam reclamações aos sindicalizados ou dirigentes. E mesmo que não tenha havido uma avaliação favorável da atuação sindical que vem sendo desenvolvida em torno do telemarketing, de maneira consensual, o sindicato é visto como um espaço de defesa dos interesses dos trabalhadores.

É justo anotar, no entanto, que apenas um dos entrevistados fez referência ao Sintratel – que é o ator coletivo privilegiado nesta pesquisa –; os demais possuem informações acerca do Sintetel. Mas cabe considerar que percepções manifestadas são bastante negativas, principalmente quando se considera que as pautas para uma boa ação sindical que os trabalhadores sugerem são as mesmas que as lideranças apontam como parte do seu repertório de lutas.

PERCEPÇÃO DO PAPEL DO SINDICATO	PERCEPÇÃO DO PAPEL DO SINDICATO	POR QUE NÃO PARTICIPA DO SINDICATO?
Esclarece as dúvidas do trabalhador e o ajuda a resolver os problemas com a empresa.	(Sintetel) Não suporta o sindicato porque o procurou para resolver um problema e não gostou do atendimento que recebeu.	Nunca teve interesse.
Ouve as reclamações e estabelecesse um “padrão de direitos” para os trabalhadores. Deveria deixar uma “caixa de sugestões” nas empresas para estreitar o contato com os trabalhadores, promover reuniões em diferentes horários para que fossem mais acessíveis a todos os funcionários e oferecer cursos profissionalizantes.	(Sintetel) Não faz nada para resolver os problemas do trabalhador.	Tem de pagar uma taxa para ter direitos e vantagens.
Deveria se preocupar com a saúde do trabalhador em telemarketing e com a restrição ao uso do banheiro e da ingestão de água.	(Sintetel) Briga pelo aumento de salário, mas está mais preocupado em fazer “rebelião”.	Nunca foi convidada.
Fiscalizar como as empresas tratam os funcionários e como está o ambiente de trabalho.	(Sintetel) É dirigido por empresários e não defende os interesses do trabalhador. (Sintratel) É o “mais adequado” para a categoria, porque foram os funcionários do telemarketing que o fundaram; “briga” pelo aumento salarial, pelo aumento do vale-alimentação e pelo dissídio.	O sindicalismo “virou comércio” e não dá espaço para pessoas críticas, só para os que têm opiniões consensuais.
Lutar pelo direito às pausas para descanso e alimentação, e pelo respeito aos trabalhadores.	(Sintetel) Não soube avaliar.	Nunca participou de nenhuma atividade por não ter recebido convite, mas gostaria de participar para lutar pelos direitos dos trabalhadores e provocar mudanças no ambiente de trabalho.

Como bem demonstra a síntese acima, é preciso haver investimento maior na comunicação entre trabalhadores e sindicatos. O desejo de “receber um convite”, a necessidade da “caixa de sugestões”, de “horários mais adequados para reuniões” denotam algum interesse desses jovens em participar, mas a apatia pela atuação parece ser produto de informações desconstruídas ou da pouca capacidade de mobilização dos atores coletivos. Exemplo disso é que somente uma jovem trabalhadora, que curiosamente tem histórico de participação sindical, não manifestou interesse em atuar em prol de alguma demanda.

Os outros, embora não estejam engajados por falta de tempo ou de oportunidades, elegeram questões relacionadas ao meio ambiente, educação, saúde e racismo como temas que os motivariam a participar de grupos ou movimentos sociais, bem como expressaram o desejo de desenvolver atividades voluntárias direcionadas a qualquer área. É importante considerar, ainda, que três dos jovens apontaram a falta de conhecimento de entidades confiáveis como impedimento para atuação.

Os partidos políticos foram os únicos espaços de atuação citados como pouco atrativos aos jovens, com exceção dos sindicalizados que, ou já são filiados a legendas de esquerda, ou já têm simpatia por algum partido. No caso dos trabalhadores, somente um dos entrevistados relatou já ter acompanhado reuniões do Partido dos Trabalhadores (PT), mas desistiu de se filiar

porque considerou haver “muita burocracia envolvida”. Outro jovem considerou que “política é essencial porque é preciso lutar pelos direitos”, porém avaliou que os partidos políticos são espaços “muito vagos” – no sentido de distantes – para os jovens.

Em resumo, a participação não está sendo descartada pelos jovens, mas, retomando resultados da pesquisa Ibase/Pólis (2005), parece haver maior distanciamento em relação aos caminhos mais institucionalizados, o que não significa deixarem de reconhecê-los como importantes e até expressarem o desejo de participar, como revelam alguns dos jovens aqui entrevistados. Por vezes a falta do engajamento está relacionada à desinformação, à falta de comunicação entre as organizações sociais e os jovens, ou, ainda, à necessidade que os jovens reconheçam os espaços de atuação como lugares onde possam manifestar suas demandas.

4.5 Presença e ação do Sintratel no espaço público

O principal interlocutor do Sintratel na expressão da demanda por trabalho decente é a central sindical à qual está filiado, assim como também é nas instâncias cutistas que as lideranças do sindicato colaboram para construir pautas de juventude. Registra-se já na constituição do Coletivo Nacional de Juventude da CUT a participação de um dirigente do Sintratel, o então presidente Marcos Roberto Emílio, e, atualmente, nota-se o envolvimento de membros do sindicato nos coletivos de saúde, meio ambiente, de questões raciais e de gênero.

Esses coletivos são canais de participação importantes porque é por meio deles que as lideranças jovens têm conseguido ocupar espaços em conselhos públicos. Tal como no caso do Conselho Nacional de Juventude (Conjuve), no qual lideranças engajadas no Coletivo de Juventude da CUT – nenhuma delas ligadas ao Sintratel – tentam contribuir com reflexões sobre a juventude trabalhadora.

Fora do espaço cutista, o Sintratel tem estabelecido diálogo apenas com prefeituras de gestões de esquerda, como no caso da gestão Marta Suplicy em São Paulo (2001-2004), que gerou até a parceria de formação de jovens no Programa Bolsa Trabalho-Emprego, anteriormente citado; e na gestão petista de Emídio de Souza (2004-2008), no município de Osasco, onde há um projeto em desenvolvimento direcionado à qualificação de jovens em telemarketing.

Em nível federal há uma parceria instituída com a Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, via Ministério da Saúde, que já produziu uma cartilha sobre saúde dos trabalhadores em telemarketing e, atualmente, está voltada para organização de cursos sobre saúde no trabalho. Já no âmbito do Ministério do Trabalho e Emprego houve a participação dos dirigentes do Sintratel na elaboração da norma regulamentadora do trabalho em telemarketing (NR-17), além da experiência de participação nos debates em torno do Programa Nacional de Estímulo ao Primeiro Emprego. Vale observar, no entanto, que em ambos os casos o envolvimento maior foi do então presidente do sindicato e os então dirigentes não estavam envolvidos em debates mais públicos sobre a temática do trabalho juvenil.

Quanto às redes sociais internacionais, os dirigentes do Sintratel não esboçaram, ainda, nenhuma inserção ou parceria. O contato que as lideranças jovens têm estabelecido com organizações de outros países ocorre via CUT, que conta com o apoio de centrais sindicais européias, como a DGB, a LO e a ORIT.

Mesmo no caso dos países da América do Sul, que estão mais próximos geograficamente, não existem relações formalizadas. Houve referência a apenas um contato ocorrido durante o Fórum Social Mundial de 2005, quando os membros do Sintratel trocaram experiências com sindicalistas jovens do Chile, Argentina e Uruguai, e avaliaram que os jovens trabalhadores desses países têm dificuldades similares às dos brasileiros para conseguir trabalho e se inserir no movimento sindical.

Vale sinalizar, nesse sentido, que houve apenas uma menção espontânea a um país sul-americano. Trata-se de uma fala feita por um jovem sindicalizado ao expor que o Brasil precisa criar oportunidades de trabalho e emprego, mesmo que haja desinteresse da parte de alguns jovens em usufruí-las, pois há países latinos com situações sociais e econômicas muito menos favoráveis – como a Colômbia, que está em estado de guerrilha – que conseguem diminuir as diferenças entre as classes sociais por meio das oportunidades que geram. O jovem complementou seu argumento atentando para a necessidade de “mais união

econômica entre os países latinos na luta contra os países mais ricos”, citando, aleatoriamente, os nomes dos presidentes Evo Morales e Hugo Chávez – este último, apresentado como seu ídolo.

4.6 O que pensam os trabalhadores e as lideranças sobre agendas públicas contemporâneas?

Quanto aos temas que figuram nas agendas públicas contemporâneas e que foram cruzados com a discussão principal desta pesquisa, no intuito de relacionar a demanda por trabalho decente com outras pautas que interferem na vida dos jovens, os únicos que apareceram espontaneamente foram a sexualidade juvenil e a violência.

A sexualidade foi referida como uma temática que necessita ser incorporada nas agendas sindicais, especialmente no telemarketing, onde há grande número de jovens trabalhadores. Uma das sindicalizadas do Sintetel relatou que a preocupação com a saúde dos jovens não deve se restringir às doenças decorrentes do ambiente do trabalho, mas abranger a prevenção de doenças sexualmente transmissíveis e de gravidezes não planejadas por meio de cursos nas empresas ou de oficinas nos sindicatos.

Os outros entrevistados, quando estimulados a exprimir opiniões sobre o assunto, associaram a ele comportamentos que fazem parte do imaginário sobre a juventude, como a “irresponsabilidade”. Vale ressaltar, ainda, que dois dos jovens fizeram relacionar o tema com a definição da orientação sexual: um deles atentando para o “livre-arbítrio para a escolha”; e o outro, argumentando que a homossexualidade é produto da ausência dos pais na educação dos filhos. Como nos revela a síntese abaixo:

A violência apareceu na fala de uma das jovens trabalhadores como mote para a reivindicação de segurança como um direito dos jovens, pois, para ela, a cidade de São Paulo estaria violenta a ponto de tolher o deslocamento de jovens e crianças em busca de lazer. No entanto, ao serem interrogados se já haviam vivenciado alguma experiência de preconceito, discriminação ou violência apenas por serem jovens, todos os trabalhadores responderam negativamente e apenas um dos sindicalizados considerou ter sido discriminado no ambiente de trabalho por causa da sua idade.

Nos discursos das lideranças cutistas a violência foi citada como um dos temas a ser incorporado nas agendas dos coletivos

	JOVENS TRABALHADORES	JOVENS SINDICALIZADOS	LIDERANÇAS (Sintratel/CUT)
SEXUALIDADE	Falta de juízo	Livre-arbítrio, cada um tem o direito de escolher a sua	Porra-louca
	Depende: há quem goste mais de sexo, há quem goste menos	Indefinida	Plural
	É moda ser gay ou lésbica, e isso está relacionado à falta dos pais ao educarem seus filhos	Indeciso	Variada
	Camisinha	Irresponsabilidade	Não sei dizer
	É um tabu, os jovens não conseguem lidar com naturalidade	Tá muito banalizado, as meninas engravidam facilmente	—

	JOVENS TRABALHADORES	JOVENS SINDICALIZADOS	LIDERANÇAS (Sintratel/CUT)
VIOLÊNCIA NA VIDA DO JOVEM DE HOJE	Os jovens procuram, andam por lugares inseguros Só nas áreas precárias	O jovem procura o caminho errado por falta de oportunidades Virou cotidiano	Reflexo da sociedade capitalista Obstáculo que temos de ultrapassar
	Deveria ter um policial em cada rua; os jovens são ajudados pelo PCC quando indicam pessoas para serem roubadas	Tornou-se normal	Outro grande problema após o desemprego, é presente
	Se não combatermos agora, só existirão velhos e crianças	Uma das coisas mais tristes que pode acontecer é a violência com jovens e crianças	Violência policial
	São muitas; violência vai gerando violência; tratam os caras do PCC como vermes	É muito alta; a falta de emprego leva o jovem a buscar dinheiro fácil	—

4.7 Percepções dos jovens sobre ações afirmativas e valorização da diversidade

Embora a pesquisa tenha registrado maior participação de jovens e adultos que se autodeclararam pardos ou pretos (64%) e o telemarketing seja um setor que emprega profissionais negros, ações afirmativas ou experiências de discriminação vinculadas a esse segmento foram pouco apresentadas pelos entrevistados. A discriminação racial foi comentada apenas por uma jovem trabalhadora, que assegurou ter sido preterida no espaço escolar por ser negra, e por uma liderança do Sintratel, que relatou que ações discriminatórias figuram entre as queixas que os trabalhadores encaminham para o sindicato.

Já as temáticas gênero e orientação sexual estiveram mais presentes neste estudo por causa das particularidades sociológicas da situação-tipo aqui estudada, uma vez que o setor de telemarketing tem como características a predominância da mão-de-obra feminina e a contratação de trabalhadores de distintas orientações sexuais.

Como assinalou Venco (2006), as centrais de atendimento se conformaram em espaços femininos, pois a jornada de trabalho inferior à de outros segmentos econômicos permite às mulheres conciliar atividades produtivas e domésticas. Além disso, sendo uma ocupação em que se exige a competência de trabalhar sob forte pressão e controle do tempo, a alta empregabilidade de mulheres é justificada pelos empresários pelas “características naturais” a elas atribuídas, tais como a paciência e a flexibilidade para lidar com clientes, bem como a docilidade no tom de voz.

A mesma pesquisadora também pontua que é por causa das competências associadas ao gênero feminino que homossexuais e transexuais encontrariam espaço nos postos de atendimento do setor, para além das profissões tradicionalmente a eles relegadas no campo da estética e da beleza. Venco (2006) sinaliza que, por ser uma atividade realizada a distância e que independe do contato visual, o telemarketing emprega, ainda, pessoas ligadas a outros segmentos preteridos nos processos seletivos do mercado de trabalho, como obesos e negros. Entretanto, as aparentes democracia e ausência de preconceito dos empregadores se relacionam com a própria dinâmica do trabalho, tendo em vista que esses profissionais ficam confinados em centrais de atendimento, utilizando-se apenas de suas capacidades de comunicação. Soma-se a isso o efeito perverso de, por tais sujeitos serem constantemente rejeitados em processos de seleção devido aos padrões estéticos e de orientação sexual preestabelecidos, mostrarem mais motivação, disciplina e produtividade em nome da manutenção do emprego e da própria subsistência.

No que se refere aos dados produzidos por esta pesquisa, apenas duas das seis mulheres entrevistadas fizeram associações entre suas atividades no trabalho e a condição de gênero ao relatarem experiências de discriminação sofridas no contato com clientes. Uma jovem trabalhadora expôs que, ao tentar vender um financiamento de veículo para um potencial consumidor por telefone, obteve como resposta o pedido que um operador retornasse a ligação, pois “mulher não entende nada de carro”. Outra jovem sindicalizada comentou que, por ser mulher, já teve de provar no seu ambiente de trabalho que era “capaz” de realizar a atividade que estava sendo solicitada.

Quanto à temática da sexualidade, o jovem trabalhador que se declarou homossexual corrobora os argumentos de Selma Venco (2006). Para o entrevistado, trata-se de um setor que emprega não somente funcionários com diferentes orientações sexuais, mas com crenças religiosas e origens raciais/étnicas heterogêneas, sobretudo porque o telemarketing é “sinônimo de expansão e quantidade”. Assim, seria uma necessidade das empresas contratar muitos profissionais, não havendo a possibilidade de separar ou impedir a convivência de empregados com orientações sexuais, cor/raça ou religiões distintas nas centrais de atendimento.

A justificativa para essa empregabilidade de homossexuais, segundo o jovem ouvido, estaria relacionada, ainda, ao fato de que, sendo estes comumente discriminados no mercado de trabalho, “acabam estudando mais e são de uma inteligência fenomenal, com objetivos e sem limites”. A exceção ficaria por conta dos homossexuais masculinos com traços afeminados, que teriam mais chances de serem barrados em processos seletivos.

As lideranças sindicais do ator privilegiado neste estudo, o Sintratel, também realçaram o significativo número de profissionais mulheres e de diferentes orientações sexuais no setor de telemarketing e argumentaram que buscam desenvolver parcerias com entidades e movimentos sociais relacionados às questões de gênero e dos direitos sexuais. Uma dessas iniciativas é o engajamento de lideranças do Sintratel nos coletivos GLBT e de gênero da CUT, oferecendo como contribuição ao debate o cruzamento das temáticas sexualidade, gênero, juventude e mundo do trabalho, dado que a base atendida pelo sindicato é composta majoritariamente por jovens. Outra parceria diz respeito à participação dos sindicalizados do Sintratel na União Brasileira de Mulheres (UBM), bem como no fórum de entidades civis que coopera com a organização da Parada do Orgulho GLBTT de São Paulo há três anos.

O sindicato pretende, ainda, realizar uma pesquisa para compreender a inserção de homossexuais – bem como de outros segmentos “excluídos”, como negros e obesos – no setor de telemarketing, pois recebe grande número de denúncias de constrangimento desses profissionais no ambiente de trabalho e pretende desenvolver novas estratégias para lidar com essa demanda.

No que diz respeito às opiniões gerais dos jovens investigados sobre gênero e sexualidade, essas questões apareceram somente quando apresentadas na parte final da entrevista, quando jovens trabalhadores, sindicalizados e lideranças foram estimulados a dizer palavras ou frases para cada tema proposto pelas pesquisadoras. Como revela a síntese das respostas, no tema “igualdade entre homens e mulheres” a maior parte dos homens considerou ser essa uma necessidade, enquanto duas mulheres atentaram para o fato de que ainda é uma conquista a ser alcançada pela sociedade brasileira.

Já na temática “casamento entre pessoas do mesmo sexo”, apenas 35% dos entrevistados demonstraram simpatia ou respeito a esse direito, os outros 65% acenaram com respostas que atentavam para o preconceito ainda existente no país como um impedimento à união civil de homossexuais ou se posicionaram contrariamente, até mesmo devido a suas crenças religiosas. Tal como nos demonstra o quadro a seguir:

	IGUALDADE ENTRE HOMENS E MULHERES	CASAMENTO ENTRE PESSOAS DO MESMO SEXO
HOMENS	É normal	É um direito deles, mas, particularmente, não acha legal porque não é homossexual
	É respeitar sem passar por cima, somos iguais	Normal, se criaram vínculos tem de ter direito a compartilhar os bens
	Fundamental	É complicado porque a sociedade não está preparada para isso, há muito preconceito
	Tem de ter, sim	Não é a favor, até mesmo pela sua religião, e espera que a lei de união civil entre homossexuais não seja aprovada
	Justo	Respeitável
	Necessário	Natural
	Essencial	Olhe-se no espelho e veja que você é igual a todos eles
	Distante	É uma realidade hoje, e a juventude convive bem com isso
MULHERES	Considera todo mundo igual	É confusa ainda; religiosamente é contra, mas sente pena dessas pessoas (embora diga não ter preconceito)
	Valorizou muito o trabalho da mulher e decaiu o do homem, então não deveria existir lei que estimulasse a igualdade, deveria ser cada um por si	Acha meio ridículo, mas é um direito que eles têm
	Guerra entre os sexos? Há mulheres que são feministas e homens que são machistas, mas todos têm oportunidades iguais	Ainda há preconceito
	Chegamos lá	Religiosamente é contra, mas dentro da sociedade é obrigada a concordar
	Deveria existir porque a Constituição garante, mas no dia-a-dia não acontece.	Acha positivo, é um avanço
	Ainda está negativo	Não concorda, mas aceita

Sobre a composição e diversidade religiosa dos entrevistados, cabe ressaltar que 35% deles assumiram não ter religião, maior porcentagem de respostas comuns e que só equivale à dos que se declararam evangélicos ou protestantes. É interessante também pontuar a associação da religião a práticas comerciais por 42% dos jovens ouvidos, bem como a referência ao candomblé e à umbanda por duas entrevistadas, uma delas relacionando-as a “práticas satânicas” e a outra valorizando-as como heranças de matriz africana.

	SUA RELIGIÃO	OUTRAS RELIGIÕES
CANDOMBLÉ	Gosta porque é curiosa	Interessantes
CATÓLICA	Católica Essencial para o que é hoje	Espírita Essencial na vida do homem
EVANGÉLICO/ PROTESTANTE	O evangélico tem pontos críticos, alguns se acham donos da razão	Já passou por quase todas; não aceita a Igreja Católica falar que as imagens são santas; o candomblé é satânico
	Evangélica	Candomblé e umbanda são cultura africana; todos têm medo, mas quando se conhece a fundo se quebra o preconceito
	Acha legal e acredita nos ideais	O dia em que a pessoa se incomodar com a sua religião, "a gente conversa e eu mostro o lado em que eu vivo"
	Interfere na sua vida de forma definitiva	Respeita a de cada um, mas se for debater vai defender a que professa
	Fundamental	Todas são fundamentais
KARDECISTA	"É bom pra mim, não há cobrança de dízimo"	Respeita todas
SEM RELIGIÃO	Não tem por falta de tempo e de interesse	Religião é um meio de ganhar dinheiro
	Está indecisa; é a favor, mas considera que "o mundo" tira os jovens da religião	Tenta não falar mal, mas critica a Igreja Universal do Reino de Deus pela "obrigação" de dar dinheiro
	Acredita em Deus sem intermediários	Respeita todas
	Acredita em Deus, a questão da religião é mais comercial	Conversa com Deus todos os dias e não precisa ir a nenhuma igreja
	Até certo ponto é uma construção positiva, dá uma resposta mais fácil para os problemas; muitas vezes [as religiões] são usadas como controle social para sustentar o status quo	Idem

Quanto à presença ou ausência das demandas de jovens com deficiência, destacam-se, de um lado, os comentários dos entrevistados sobre o preconceito que os deficientes ainda sofrem no convívio social; e do outro, as críticas endereçadas às empresas que contratam profissionais com deficiência porque a legislação impõe. Merece destaque, do mesmo modo, a percepção de um jovem trabalhador sobre os direitos conquistados por deficientes no que tange à acessibilidade e inclusão social como "vantagens".

	JOVENS TRABALHADORES	JOVENS SINDICALIZADOS	LIDERANÇAS (Sintratel/CUT)
JOVENS COM DEFICIÊNCIA	Têm de ser tratados como normais	São especiais, mas tem de haver mais meios de locomoção	Tratar com igualdade
	Têm vantagens no ônibus, nos espaços públicos e no ambiente de trabalho	Muitos têm uma melhoria por causa da convivência conosco e não devem ficar à margem	Pessoas como qualquer um de nós
	Ainda sofrem preconceito; as empresas contratam para “não queimar a imagem”	Têm um campo maior para eles	Precisam de mais atenção
	São vistos como pessoas infectas, incapazes	Existe muito preconceito ainda	É um tema que a juventude debate pouco
	“Conheço muitos, eles têm de ser tratados com todo amor e carinho”	Há bastante apoio, mas tem que haver mais; as empresas os contratam porque são obrigadas	—

5. Considerações finais

A relevância inicial em concentrar os esforços desta pesquisa na situação dos jovens trabalhadores em telemarketing residia nas possíveis contribuições desse grupo para reflexões sobre demanda por trabalho decente no mundo urbano, uma vez que se trata de um setor que conta com uma grande participação de jovens. Ao final deste estudo, porém, percebe-se que o ator coletivo laboral organizado em torno do telemarketing fornece pistas para considerações também sobre a participação dos jovens no movimento sindical.

Há indícios aqui de demandas de duas juventudes: a trabalhadora e a trabalhadora sindicalista. Quanto aos sindicalizados e às lideranças juvenis, suas demandas concentram-se na ampliação dos espaços dos jovens no sindicalismo, seja porque querem publicizar suas singularidades, seja porque almejam estender suas contribuições para além de coletivos específicos, ou, ainda, porque não pretendem ser percebidos apenas como “dirigentes do futuro”, alvos de formação constantes para renovação dos quadros dos sindicatos. Uma das lideranças jovens chega a sugerir cotas nas direções. Se a criação de coletivos é percebida como avanço, tanto por jovens quanto por adultos, ela nem de longe parece suficiente para atender às demandas dos jovens sindicalistas por espaço. Nesse sentido, mais do que inserir as pautas juvenis no sindicalismo, o grande desafio que está posto é a superação do “conflito geracional” que se instala à medida que lideranças jovens alargam sua atuação. Entretanto, é importante ressaltar que a luta por maior espaço no sindicato não vem atrelada à percepção da necessidade de construção de uma “pauta” juvenil nos ambientes de trabalho ou de políticas de trabalho para jovens, ou seja, a luta por espaço não vem associada à luta por direito ao trabalho (decente) das jovens gerações. Algumas lideranças jovens enxergam como limitado o papel do sindicato na geração de novos postos de trabalho, embora reconheçam que a demanda por trabalho para jovens deve ser uma das bandeiras. Mais interessante é analisar a maneira ambígua como essa demanda é expressa nos discursos das lideranças jovens e adultas: ela aparece como uma necessidade, mas não é referida, espontaneamente, como um direito dos jovens. Entretanto, a educação, especialmente o ensino superior, é citada como um direito específico.

Outra demanda apresentada é a reivindicação de políticas sindicais renovadas que possam aproximar trabalhadores jovens do sindicato incorporando novas temáticas e linguagens, mas essa também não se associa a questões específicas vividas por jovens no ambiente produtivo.

No que se refere ao ator coletivo privilegiado pela pesquisa, registra-se um esforço na sua história de atuação de incluir bandeiras de luta que combatam a precarização do trabalho em telemarketing, bem como criar estratégias de ampliação da participação juvenil valendo-se do uso de linguagens e formas de contato mais informais.

Nos discursos dos jovens trabalhadores esteve implícita a reivindicação por trabalho decente, quando se ponderam suas críticas aos baixos salários e à pressão por produtividade, bem como a dois dos efeitos perversos da terceirização do setor – a alta rotatividade e a redução dos benefícios oferecidos. Suas reclamações, no entanto, dirigem-se às condições de trabalho no setor, não ao fato de estarem trabalhando, pois o trabalho aparece como um valor importante: está associado à independência financeira e especialmente à possibilidade de construir melhores condições de inserção futura.

Os trabalhadores em telemarketing revelaram, ainda, outra demanda dos jovens inseridos no processo produtivo: a carência de postos de trabalho com carga horária que permita conciliar trabalho e estudo. Para esses trabalhadores, a jornada semanal reduzida é um dos pontos mais atrativos do setor, visto que o estudo é percebido como instrumento para a obtenção de postos de trabalho mais qualificados e, por conseqüência, melhores condições de vida para esses jovens e suas famílias. De fato, a busca por essa conciliação não parece ser algo novo entre os jovens brasileiros, mas a intensidade em que ela aparece, sim, conforme já revelaram outros estudos (Corrochano, 2006; Tartuce, 2007). Além disso, essa necessidade avança e se acentua com a chegada ao ensino superior.

Nesse sentido, a necessidade que também está colocada é a de políticas públicas que combinem trabalho e estudo. E, ao levar em consideração que os trabalhadores ouvidos pela pesquisa são concluintes do ensino médio, outra questão que se apresenta é a qualidade dessa etapa da educação formal como fator que inclui os jovens no ensino superior ou os exclui dele. O acesso às universidades, que foi o direito juvenil mais recorrente, mostrou-se muito significativo para esses jovens. A referência explícita, nesse sentido, sempre foi às universidades públicas, tanto porque são sinônimos de excelência de ensino como porque os baixos salários no telemarketing são impeditivos para arcar com os custos das instituições particulares. Nesse caso é curioso constatar que os jovens não fizeram menção ao ProUni, programa que se aproxima dessa forte demanda pelo ingresso no ensino superior.

Considerando o conjunto de políticas apresentadas no início deste estudo, parece evidente que as respostas ainda são insuficientes. Ainda que nos últimos anos possam ser observados avanços significativos, eles são limitados quando se trata de construir políticas específicas no campo do trabalho. Se é fato que os jovens desejam ampliar sua escolaridade – e aqui vale observar, sem ser ingênuos, pois eles sabem que a educação não resolve tudo –, eles também reivindicam trabalho e condições de trabalho. Assim a demanda é por trabalho (decente) e educação. Ora, grande parte das políticas está muito mais direcionada para a elevação da escolaridade e a oferta de qualificação profissional. Assim, a outra metade de questões levantadas pelos jovens aqui investigados ainda se encontra sem resposta.

Notas

1-2 Autoras: Maria Clara Corrochano (pesquisadora responsável) e Érica Nascimento (assistente de pesquisa).

3 A depender do país e da perspectiva, uma ou outra palavra é utilizada. Para o caso francês, por exemplo, Dubar (1998) prefere tomar como ponto de partida a palavra “inserção” na medida em que ela ganhou força no espaço público e nas propostas desenvolvidas em direção aos jovens.

4 Cf. ILO Global Employment Trends, jan. 2006.

5 Cf. ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (2007). Trabalho decente e juventude – América Latina, Lima, setembro. (www.oit.org.br, acessado em 4/9/2007).

6 Mantendo a tendência de níveis de escolarização mais elevados entre as mulheres, sobretudo mais jovens, entre 1999 e 2004, o número de anos de estudo subiu de 7,9 para 9,2 para as moças na faixa etária de 20 a 24 anos (PNAD, 2004).

7 Vale observar que as categorias formal/informal, assim como a precarização vêm sendo bastante problematizadas em tempos recentes. Isso porque dadas as mutações no trabalho deparamos com tipos e formas de trabalho que não se ajustam ou extrapolam aquilo que essas categorias pretendem medir. Dados os limites, este estudo irá considerar a posse ou não da carteira assinada como o indicador na avaliação do grau de formalização. Do mesmo modo, quando aqui se fala em trabalho precário está se considerando sobretudo a ausência da carteira assinada e de direitos trabalhistas.

8 Embora esteja claro que essas dificuldades variam muito fortemente segundo a origem social, sexo e raça, as tensões inerentes ao desencontro entre os anos de escolaridade e as conquistas ocupacionais parecem configurar uma questão dessa geração como um todo.

9 Além do Serviço Civil Voluntário, outras iniciativas são apontadas pela autora: Jovem Cidadão, Meu Primeiro Trabalho (governo do estado de São Paulo); Capacitação Solidária (Associação de Apoio ao Programa Capacitação Solidária); Primeiro Emprego (governo do estado do Rio Grande do Sul).

10 Não se trata aqui de fazer uma avaliação em torno dos resultados desse programa, mas sim de observar que ele é um dos únicos, se não o único, a desenvolver ações no próprio ambiente de trabalho.

11 Especialmente se considerarmos o expressivo o contingente de jovens que não completou o ensino fundamental e médio e que apenas 12% tenham chegado ao ensino superior.

12 www.cinterfor.org.uy, acessado em 2007.

13 O único país desenvolvido cujos números se aproximam da realidade brasileira é a Alemanha, onde 33% são próprios e 67%, terceirizados. Nos Estados Unidos, por exemplo, 86% dos call centers são próprios e 14% são terceirizados; e na França 72% são próprios e 28%, terceirizados. Segundo especialistas, a tendência de terceirização do atendimento nos países em desenvolvimento deve-se aos custos com a implantação e manutenção das centrais e com o investimento constante em tecnologia da informação e em mão-de-obra qualificada (Silva, 2007).

14 Divulgados no relatório brasileiro do The Global Call Center Industry Project.

15 Segundo o relatório brasileiro The Global Call Center Industry Project..

16 Representados pelo Sintratel.

17 Cumpre registrar que foram encontradas 52 dissertações ou teses que têm como palavra-chave “telemarketing”, “teleatendimento” ou “call center”, o que sinaliza um significativo interesse dos pesquisadores pelo desenvolvimento do setor. Boa parte dessa produção dedica-se à investigação de temas que relacionam trabalho e saúde, especialmente nas áreas de fonoaudiologia, fisioterapia e psicologia; ou, ainda, às estratégias organizacionais e motivacionais, nas áreas de recursos humanos, administração e engenharia da produção; e em menor número aos aspectos referentes à sociologia do trabalho e à tecnologia da informação. Não foi encontrada, entretanto, nenhuma que abordasse, especificamente, a relação entre jovens e o setor.

18 Algumas universidades do país, como a USP, a Unicamp e a PUC, facilitam o contato dos pesquisadores com as produções acadêmicas por meio da disponibilização, no site de suas bibliotecas, de versões digitais das dissertações e teses produzidas por alunos a elas vinculados. Além disso, foi realizada consulta aos portais acadêmicos <http://www.scielo.br>, que comporta artigos de diferentes áreas do conhecimento, e <http://www.capes.gov.br>, que permite acesso aos resumos de todas as dissertações e teses produzidas por instituições reconhecidas no país desde 1987.

19 Refiro-me aos membros da Fiesp (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) e da Febraban (Federação Brasileira dos Bancos) que participaram das negociações.

20 A importância dessa empresa é tão significativa para o setor que a mais recente filial, inaugurada em São Paulo em fevereiro de 2007, contou com a presença do presidente Lula.

21 A principal diferença apreendida pela pesquisa diz respeito ao salário: enquanto o piso acordado pelo Sintratel é de R\$ 577,28 para operadores não-comissionados e R\$ 527,98 para os comissionados, há pisos salariais aprovados em acordos coletivos realizados pelo Sintetel de R\$ 380,00.

22 Cabe registrar que não foi travado contato com empresários do setor para elucidar o reconhecimento do Sintetel como sindicato da categoria pela maior parte dos call centers. No discurso das lideranças e sindicalizados do Sintratel, a justificativa estaria no fato de que o Sintetel é menos combativo, propõe pisos salariais menores e exige poucos benefícios aos trabalhadores, ou, no jargão sindical, trata-se de um sindicato “pelego”. Já para os sindicalizados do Sintetel, tal preferência se explicaria porque este é o sindicato que historicamente representa os trabalhadores que realizam atendimento telefônico, sendo, portanto, a entidade mais antiga no estado ligada aos funcionários do setor.

23 Segundo Selma Venco (2006), por ter se desmembrado como um dos serviços da cadeia produtiva das telecomunicações, a atividade do telemarketing sempre esteve relacionada aos postos de trabalho no setor de telefonia e foi incluída na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) somente em 2000.

24 Com base nas informações disponíveis no site www.sintratel.org.br e nas considerações das pesquisadoras sobre o fenótipo dos atores envolvidos.

25 MACHADO, Antonio. “Breve história ilustrada”. Juventude em formação. Secretaria Nacional de Formação da CUT. São Paulo, 2005.

26 Refiro-me aos coletivos dos estados do Acre, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, São Paulo, Rondônia e Piauí, bem como da Confederação Nacional dos Químicos (CNQ), Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura Familiar (Contraf), Confederação dos Trabalhadores no Comércio e Serviços (Contracs), Confederação Nacional dos Metalúrgicos (CNM) e Confederação dos Trabalhadores na Administração Pública Municipal (Confetam).

27 Com exceção de uma entrevistada que mora sozinha com seu filho e sustenta suas despesas como o salário de R\$ 800,00.

Referências bibliográficas

- BALTAR, P. "Crise contemporânea e mercado de trabalho no Brasil". In: OLIVEIRA, M. A. (org.). Economia & trabalho – Textos básicos. Campinas, SP: Unicamp, 1998.
- CORROCHANO, M. C. Jovens olhares sobre o trabalho. Um estudo dos jovens operários e operárias de São Bernardo do Campo. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade de São Paulo, 2001.
- DIEESE. DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SÓCIO-ECONÔMICOS. A ocupação dos jovens nos mercados de trabalho metropolitanos. Estudos e Pesquisas – DIEESE. São Paulo, ano 3, n.º 24, setembro de 2006.
- DUBAR, Claude. "La construction sociale de l'insertion professionnelle en France". In: ROULLEAU BERGER, L. e GAUTHIER, M. (orgs.). Les jeunes et l'emploi. Paris : Éditions de l'Aube, 2001.
- LEITE, E. Juventude e trabalho: criando chances, construindo cidadania. In: FREITAS, M. V. e PAPA, F. C. (orgs.). Políticas públicas: juventude em pauta. São Paulo: Cortez; Ação Educativa; Fundação Friedrich Ebert, 2003.
- GIÃO, Paulo Roberto. Estratégias em call centers: analisando o alinhamento com as práticas e tecnologias internas. Dissertação (Mestrado em Administração). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2006.
- GORZ, A. Metamorfosis del trabajo. Madrid: Sistema, 1991.
- GUIMARÃES, N. A.; HIRATA, H. S.; MONTAGNER, P.; SUGITA, K. "Desemprego – Mercados, instituições e percepções: Brasil e Japão numa perspectiva comparada". Tempo Social, 16 (2): 257-287, 2004.
- _____. "Trabalho: uma categoria-chave no imaginário juvenil". In: ABRAMO, H. W.; BRANCO, P. P. M. (orgs.). Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.
- FERREIRA, M. I. C. Trajetórias urbanas de moradores de uma favela de um distrito de elite da capital paulista. Tese de doutorado apresentada ao Departamento de Sociologia na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2004.
- HARVEY, D. Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1996.
- IBASE/PÓLIS. Pesquisa juventude brasileira e democracia: participação, esferas e políticas públicas. Relatório final – Região Metropolitana de São Paulo. São Paulo, 2005
- IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada). Radar Social. Brasília: IPEA, 2005.
- MACHADO, Antonio. "Breve história ilustrada". In: Juventude em formação. São Paulo: Secretaria Nacional de Formação da CUT, 2005.
- MATTOSO, J. e BALTAR, P. Transformações estruturais e emprego nos anos 90. Campinas, SP: IE/Cesit/Unicamp. Cadernos do Cesit (21), 1996.
- NOVAES, R. et al. Política Nacional de Juventude: diretrizes e perspectivas. São Paulo: Conselho Nacional de Juventude, 2006.
- OLIVEIRA JÚNIOR, Moacir e TREVISAN, Leonardo Nelmi. The global call center industry project. Relatório Brasil. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2005.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. Trabalho decente e juventude – América Latina. Lima, setembro de 2007. (www.oit.org.br, em 4/9/2007)
- PAIS, José M. Ganchos, tachos e biscates. Jovens, trabalho e futuro. Porto: Ambar, 2001
- POCHMANN, M. A batalha pelo primeiro emprego. São Paulo: Publisher, 2000.
- QUADROS, W. O desemprego juvenil no Brasil dos anos noventa. Campinas, IE/Cesit/Unicamp, 2001. Cadernos do Cesit, n.º 31, dez. 2001.
- SILVA, Maria de Fátima da. As práticas de recursos humanos e o resultado operacional do call center. Dissertação (Mestrado em Administração). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2007.
- SPOSITO, M. P. Os jovens no Brasil: desigualdades multiplicadas e novas demandas políticas. São Paulo: Ação Educativa, 2003.

_____ ; CARRANO, P. Juventude e políticas públicas no Brasil. In: Revista Brasileira de Educação, Anped: n.º 24, 2003.

_____ ; CORROCHANO, M. C. "A face oculta da transferência de renda para jovens no Brasil". Tempo Social, 17 (2): 141-172, 2005.

TARTUCE, G. L. Tensões e intenções na transição escola-trabalho: um estudo das vivências e percepções de jovens sobre os processos de qualificação profissional e (re)inserção no mercado de trabalho na cidade de São Paulo. Tese de doutorado apresentada ao Departamento de Sociologia na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2007.

TELLES, V. e CABANES, R. Nas tramas da cidade: trajetórias urbanas e seus territórios. São Paulo: Humanitas, 2006.

TREVISAN, L. "Jovens, mentiras e desemprego". In: DOWBOR et al. Desafios do trabalho. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

VENCO, Selma. Telemarketing nos bancos: o emprego que desemprega. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade de Campinas, 1999.

_____. Tempos moderníssimos nas engrenagens do telemarketing. Tese (Doutorado em Educação). Universidade de Campinas, 2006.

VENTURI, G. e BOKANY, V. Maiorias adaptadas, minorias progressistas. In: ABRAMO, H. W.; BRANCO, P. P. M. (orgs.). Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2005.

Sites consultados

www.abt.org.br

www.callcenter.inf.br

www.cinterfor.uy

www.cut.org.br

www.dieese.org.br

www.ibge.gov.br

www.mec.gov.br

www.mte.gov.br

www.oit.org.br

www.projovem.gov.br

www.sintemark.org.br

www.sintetel.org.br

www.sinratel.org.br