

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MONTES CLAROS – UNIMONTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO SOCIAL – PPGDS

Roberta Letícia Pereira Silva

**AS (DES) CONTINUIDADES DO TRABALHO NA PÓS-GRANDE INDÚSTRIA E O
IDEAL EVOLUCIONÁRIO DO MARKETING MULTINÍVEL**

Montes Claros – MG
Março/2018

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MONTES CLAROS – UNIMONTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO SOCIAL – PPGDS

Roberta Letícia Pereira Silva

**AS (DES) CONTINUIDADES DO TRABALHO NA PÓS-GRANDE INDÚSTRIA E O
IDEAL EVOLUCIONÁRIO DO MARKETING MULTINÍVEL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social- PPGDS, da Universidade Estadual de Montes Claros UNIMONTES, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Social. Sob a orientação do **Prof. Dr. Antônio Dimas Cardoso**

Montes Claros – MG
Março/2018

S586d Silva, Roberta Letícia Pereira.
As (des) continuidades do trabalho na Pós-grande indústria e o ideal evolucionário do Marketing Multinível [manuscrito] / Roberta Letícia Pereira Silva. – Montes Claros, 2018.
78 f.

Bibliografia: f. 76-78.
Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Montes Claros - Unimontes, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social/PPGDS, 2018.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Dimas Cardoso.

1. Pós-grande indústria. 2. Trabalho. 3. Marketing Multinível (MMN). I. Cardoso, Antônio Dimas. II. Universidade Estadual de Montes Claros. III. Título.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MONTES CLAROS – UNIMONTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO SOCIAL – PPGDS

Roberta Letícia Pereira Silva

**AS (DES) CONTINUIDADES DO TRABALHO NA PÓS-GRANDE INDÚSTRIA E O
IDEAL EVOLUCIONÁRIO DO MARKETING MULTINÍVEL**

Dissertação de Mestrado intitulada “**As (des) continuidades do trabalho na sociedade de pós-grande indústria e o ideal evolucionário do Marketing Multinível**” de autoria da mestranda Roberta Letícia Pereira Silva, submetida para aprovação pela Banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Membros da banca examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Antônio Dimas Cardoso

Prof. Dr. Custódio Jovêncio Barbosa Filho – (UEMG)

Prof^a. Dr^a. Zaira Rodrigues Vieira (PPGDS – UNIMONTES)

Agradecimentos

Dirijo-me a todos aqueles que têm contribuído para o meu processo de maturação acadêmica e para o meu desenvolvimento pessoal. Transformando minhas aspirações em materialidades e mostrando-me que a vida é feita de erros e acertos, os quais são inerentes à condição humana.

Nesse sentido, agradeço a Deus pelas condições físicas, intelectuais, e emocionais que me permitiram cumprir minha caminhada.

Aos meus pais, Ivanete e José Maria, que sacrificaram muitos de seus sonhos para possibilitar meu acesso à educação e contribuíram decisivamente para minha formação humana.

A meu marido Victor Gustavo, meu grande incentivador e companheiro nos momentos mais difíceis.

A meu professor e orientador Antônio Dimas Cardoso, o grande patrocinador da minha trajetória acadêmica. Em especial agradeço a sua paciência, persistência e o afinho com que tem me orientado.

E a todos os meus colegas e professores do PPGDS com os quais compartilhei uma experiência única de irradiação do conhecimento.

*“Se a aparência e a essência
das coisas coincidissem, a
ciência seria desnecessária.
Karl Marx”*

RESUMO

Do rompimento com a lógica industrial taylorista/fordista no final da década de 1970 emerge a sociedade da Pós-grande indústria que, segundo Fausto (1989), é erigida sobre a dinâmica de produção pautada no conhecimento e na tecnologia e não mais no *quantum* de trabalho. Essa tendência é apreendida pelos entusiastas da tese do *trabalho imaterial*, como sendo o grande avanço da sociedade do trabalho em direção à emancipação da classe trabalhadora, processo do qual o “capital conhecimento” seria o fator preponderante. Contudo, a visão otimista em relação à possibilidade de emancipação da classe trabalhadora graças ao conhecimento historicamente construído, desperta uma série de argumentos contrários que denunciam a incorporação da subjetividade do trabalhador ao próprio sistema de exploração e dominação capitalista. Nesse sentido o trabalho em serviços seria uma das grandes expressões do trabalho intelectualizado e subjetivo e o modelo de negócio do Marketing Multinível um forte exemplo deste fenômeno. Nessa direção, o presente trabalho se dedica evidenciar as manifestações do trabalho em MMN através dos relatos de seus envolvidos buscando estabelecer um diálogo com os referenciais teóricos que subsidiam a discussão.

Palavras-chave: Pós-grande indústria, trabalho, Marketing Multinível

ABSTRACT

From the break with Taylorist / Fordist industrial logic in the late 1970s emerges the post-big industry society that, according to Fausto (1989), is built on the dynamics of production based on knowledge and technology and no longer on the quantum of job. This tendency is apprehended by enthusiasts of the thesis of immaterial labor, as the great advance of the labor society towards the emancipation of the working class, a process of which "knowledge capital" would be the predominant factor. However, the optimistic view of the possibility of emancipation of the working class thanks to historically constructed knowledge arouses a series of opposing arguments denouncing the incorporation of worker subjectivity into the very system of capitalist exploitation and domination. In this sense the work in services would be one of the great expressions of the intellectual and subjective work and the business model of Multilevel Marketing a strong example of this phenomenon. In this direction, the present work is dedicated to show the manifestations of the work in MMN through the reports of its involved seeking to establish a dialogue with the theoretical references that subsidize the discussion.

Keywords: Post-major industry, work, Multi-Level Marketing

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO I – A SOCIEDADE DOS SERVIÇOS	14
1.1 - O fenômeno da expansão do setor terciário	16
1.2 - O debate em torno do caráter emancipatório do trabalho em serviços: o otimismo tecnológico e a idealização da autonomia	23
CAPÍTULO II – O APELO EMPREENDEDOR NA SOCIEDADE DA PÓS-GRANDE INDÚSTRIA	33
2.1 - A crise da sociedade assalariada: do Estado de bem-estar ao desemprego estrutural	34
2.2 - O empreendedorismo como colchão social	46
CAPÍTULO III – O NEGÓCIO DO MARKETING MULTINÍVEL: ENTRE A TEORIA E A EMPIRIA	50
3.1 - O sistema de vendas diretas	50
3.2 - O Evolucionário Marketing Multinível	52
3.3 - O perfil dos entrevistados	56
3.4 - A filosofia na prática	58
3.5 - Algumas conclusões	70
CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS	75

INTRODUÇÃO

A flexibilização do trabalho oportunizada pelo salto tecnológico assistido pela sociedade a partir de década de 1970 tem corroborado com a expansão de novas formas de comercialização de bens e produtos e de um novo tipo de relação entre empresas, revendedores e consumidores. Refletindo essa tendência, o Marketing Multinível (MMN) que surge no cenário empreendedor na década de 1940, tem na década de 1980 sua grande eclosão atingindo um número crescente de empresas e distribuidores independentes adeptos ao sistema de bonificações e a filosofia do negócio que se difunde graças aos aparatos informacionais.

Apresentado por seus entusiastas como a grande evolução do sistema de vendas diretas, o MMN agrega valor a este sistema que é reconhecido por sua eficácia e objetividade na comercialização de produtos e serviços e na difusão de marcas e empresas sem a exigência do intermédio de lojas físicas ou de um grande investimento em marketing convencional; o que tem implicações diretas na diminuição dos gastos das empresas e na geração de renda aos distribuidores.

Porém, o que já é desenvolvido pelo sistema de vendas diretas é apenas o ponto de partida para o modelo considerado inovador e progressista do negócio em MMN. O caráter evolucionário do negócio reside em seu sistema próprio de bonificações e em sua filosofia de trabalho que traz em seu conceito o crescimento pessoal atrelado ao desenvolvimento financeiro.

Em oposição ao modelo Mononível, que nasce junto com as vendas diretas e no qual o distribuidor é remunerado exclusivamente por suas vendas, que rendem a ele um bônus entre o preço de compra e o de revenda do produto, no Marketing Multinível o distribuidor independente, além de ganhar com a revenda dos produtos, é bonificado também pelo cadastramento de novos distribuidores.

Essa forma de bonificação parte da filosofia de que a liberdade financeira só pode existir através da criação de ativos que por si só gerem renda, o que poderíamos denominar um sistema auto-sustentável. Nesse sentido, ao distribuidor é oferecida a proposta de criação de sua própria rede de revendedores, que são as pessoas cadastradas direta ou indiretamente por ele e que compartilham com ele os lucros das vendas e uma porcentagem pelos novos cadastros.

Assim sendo, quanto maior a rede com pessoas ativas no negócio, ou seja, comprando para revenda ou para consumo próprio, maior é o ganho do líder da rede. Nesses termos, o

negócio possibilitaria à pessoa a oportunidade de montar sua própria empresa, e enquanto dono de seu próprio negócio, trabalhar de maneira flexível.

O apelo empreendedor, de auto-realização, é fortemente incorporado nos discursos que defendem esta forma de comercialização e mais do que isso essa configuração de relação de trabalho. Nesse sentido, o Marketing Multinível, denominado também como Marketing de rede, representa a expressão máxima, no contexto de vendas diretas, desse ideal empreendedor. A ideia de rede representa bem a estrutura desse sistema no qual revendedores, certos dos benefícios do negócio “vendem o peixe” da empresa e tentam cooptar novos distribuidores para fazerem parte do seu grupo de vendas.

Apesar ser um modelo inovador com uma filosofia própria, no Brasil, o Marketing Multinível não conta com dados que demonstrem sua expressividade na economia. A capacidade de geração de renda e o número de empresas e pessoas envolvidas no negócio só podem ser deduzidos através da representatividade da venda direta no país.

No Brasil, país onde este tipo de negócio já tem forte expressão, existe a Associação Brasileira de Vendas Diretas – ABEVD, cujo objetivo é promover e desenvolver as vendas diretas no país. A representatividade dessa atividade no Brasil fica evidente pela constatação de que o país ocupa a quarta posição no ranking da World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA)¹, atrás apenas dos Estados Unidos, Japão e China. (ABEVD, 2017)

Segundo a Associação a atividade de venda nesse negócio varia entre três formas que também podem se complementar, sendo a primeira delas, a “door to door” (ou *porta-a-porta*), em que o revendedor se desloca até a residência ou estabelecimento onde o consumidor se encontra para mostrar-lhe os produtos. A segunda forma consiste na demonstração dos produtos através de um catálogo que é deixado com o consumidor pelo cliente, que posteriormente recolhe os pedidos; e a terceira possibilidade de venda no regime de vendas diretas é o *party plan* – uma reunião oferecida pelo revendedor em sua casa ou lugar que julgue conveniente, para a demonstração dos produtos (ABEVD, 2017).

No Brasil as vendas diretas contam 4,19 milhões de revendedores diretos. O segmento movimentou durante o primeiro semestre de 2017, R\$ 20,9 bilhões de reais, representando 8% do PIB da indústria da transformação (ABEVD, 2017).

Números bastante significativos se considerarmos o fato de que a primeira manifestação desta prática no país só é observada em 1942. O quadro apresentado pela Associação Brasileira de Vendas Diretas reflete um fenômeno que tem marcado

¹ Organização que congrega todas as associações nacionais de vendas diretas existentes no mundo e da qual a ABEVD, juntamente com as entidades de vendas diretas de outros 60 países, faz parte.

profundamente a dinâmica social da classe trabalhadora e que expressa a reformulação da relação entre capital e trabalho nas sociedades contemporâneas, com destaque para o crescimento do setor de serviços.

Este fenômeno que se manifesta, principalmente, a partir das últimas décadas do século XX tem sido evidenciado em várias produções no âmbito da sociologia do trabalho e da pesquisa sociológica em geral. Autores como Offe (1995), Amorim (2009), Antunes (1999,2006), Harvey (1989), dentre outros, que serão referenciados no decorrer deste trabalho, dão ao tema centralidade em suas investigações ou se veem na necessidade de perpassarem pela temática ao analisar as transformações econômicas e sociais nas sociedades capitalistas.

Seja para corrigir a deficiência do mercado de trabalho na absorção da mão-de obra ou enquanto requisito básico para o desenvolvimento e expansão da apropriação capitalista, o setor de serviços tem demonstrado crescimento contínuo no quadro de atividades que empregam no Brasil. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Contínua – PNAD (em fluxo contínuo), desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, em 2016 mais de dois terços (69,3%) da população ocupada trabalhava no setor de terciário (serviços), que engloba atividades de comércio de bens e prestação de serviços.

Quanto à expansão das vendas diretas, é preciso que se tenha em vista o forte apelo empreendedor que carrega e que é difundido por este modelo de negócio, principalmente como saída para momentos de crise econômica. O discurso de *auto-realização* se torna visível até mesmo por uma análise mais superficial do MMN. O recrutamento de novos revendedores para os grupos de vendas expressa o discurso da grande oportunidade, do trabalho flexível, tido como “prazeroso e conciliável com outras atividades”.

Deve-se considerar ainda que essa “oferta” ocorre sobre o pano de fundo do forte discurso meritocrático e de massiva defesa do ideal empreendedor, cada vez mais apregoado pelo mercado e até mesmo pelo Estado, como sendo a saída para os problemas de absorção do mercado de trabalho.

Diante destas observações, a discussão desenvolvida neste trabalho de dissertação parte do intento de evidenciar o fenômeno do crescimento do setor de serviços como um dos fenômenos oportunizados pela reconfiguração do trabalho na sociedade contemporânea. E, creditando ao Marketing Multinível o potencial representativo das manifestações dessa nova morfologia do trabalho, objetivamos compreender e evidenciar as motivações, as dificuldades, as expectativas e a representatividade do trabalho na realidade dos revendedores sob o sistema

de vendas diretas.

Nesse sentido, o trabalho conta com três capítulos, no primeiro serão apresentadas algumas hipóteses explicativas para o crescimento do setor de serviços com base na contribuição de Offe (1995), e o posicionamento do mesmo autor em relação às transformações do trabalho e a pertinência deste enquanto “categoria sociológica chave”.

Em um segundo momento do primeiro capítulo é trazido o debate em torno das teses do *trabalho imaterial*, sob o intuito de ancorar a discussão sobre o fenômeno do trabalho em serviços, indicando a relação entre o trabalho dito “imaterial” e a emancipação da classe trabalhadora.

No sentido de nos aproximarmos do cenário inaugurado pelo esfacelamento das bases nas quais se assentavam a sociedade do trabalho em sua etapa industrial, no segundo capítulo procuramos contextualizar os fatores que contribuíram para a deflagração da crise do trabalho assalariado. Tal crise é entendida como expressão das estratégias tomadas pelo capital frente a iminente deterioração de sua lógica de produção e apropriação. Assim como evidenciar algumas das consequências das transformações na relação capital-trabalho para a classe trabalhadora

O segundo capítulo indica ainda o fenômeno do empreendedorismo e sua relação com o desemprego no Brasil no contexto da crise econômica que se instala a partir do segundo semestre de 2014. Diante dos argumentos reiterados pelo documento do Sebrae (2017) as atividades empreendedoras estariam agindo no cenário de crise econômica como “colchão social” ao amortecer os impactos do desemprego no país.

Nesse sentido percebe-se o forte apelo ao empreendedorismo como saída para a incapacidade de absorção do mercado de trabalho e a atribuição da responsabilidade da alocação da mão-de-obra ao próprio trabalhador, tendência claramente observada nos argumentos que servem a defesa do MMN como o *negócio do século XXI* (KIYOSAKI, 2012).

O terceiro e último capítulo traz algumas manifestações da filosofia e do conceito de Marketing multinível depreendidas das experiências relatadas por pessoas que trabalham ou já trabalharam com o negócio. A escolha pelo método qualitativo parte da necessidade de apreender um fenômeno relativamente novo e ainda pouco explorado por uma leitura de viés social, de forma que assim pudéssemos evidenciar alguns aspectos bastante subjetivos que possam nortear futuros trabalhos que se proponham a problematização do tema.

Como técnica de pesquisa elegemos a entrevista semi-estruturada como mais eficaz e ideal para alcançarmos nosso objetivo de estabelecer uma relação de confiança e credibilidade

com nossos entrevistados, sem, contudo, perdermos de vista a centralidade das indagações que deram origem a pesquisa.

Nossa escolha por esta técnica encontra respaldo nas postulações de Trivinos (1987). O autor defende este instrumento de pesquisa como um meio de valorizar a presença do investigador e ao mesmo tempo permitir ao informante que se expresse para além dos questionamentos feitos. Assim sendo, além de possibilitar uma melhor relação entre pesquisador e entrevistado, a pesquisa tende a ganhar outras possibilidades de investigações não vislumbradas a priori pelo pesquisador, mas que surgem espontaneamente dos relatos livres dos entrevistados.

Definida a técnica de pesquisa que usaríamos, a questão pendente foi como encontraríamos nossos informantes. A grande dificuldade nesse sentido residiu no fato de que não visualizamos nenhum local físico de referência onde pudéssemos encontrar esses grupos, além do mais, tínhamos o interesse de conversar com representantes de distintas empresas além daqueles que já não mais estavam ativos no negócio.

No sentido de adequarmos-nos às limitações da pesquisa, a ferramenta da amostragem não probabilística por “bola de neve” pareceu-nos ideal para o nosso objetivo. Nas palavras de Vinuto (2014) este tipo de amostragem utiliza de cadeias de referência para a seleção dos informantes da pesquisa.

Seguindo este recurso de amostragem, é eleito um primeiro informante com base em informações que antecedem às entrevistas. Esse primeiro informante denominado “*semente*”, indica um próximo entrevistado em potencial graças a sua lista de contatos. Se a investida do pesquisador é exitosa, esse segundo entrevistado indica outro entrevistado em potencial e assim sucessivamente.

Nesse sentido, foi realizado um primeiro contato através de uma rede social com o entrevistado nº 1, o qual indicou um segundo entrevistado em potencial que nos direcionou a um terceiro e assim sucessivamente, até que chegássemos a um ponto de saturação das informações relevantes para nossa pesquisa.

Contudo, o desenvolvimento da pesquisa não foi linear. Em alguns casos a pessoa indicada pelo entrevistado anterior se recusou a expor sobre sua experiência no negócio, às vezes alegando indisponibilidade de tempo, outras, justificando acharem suas contribuições pouco informativas e importantes para a pesquisa, já que teriam ficado pouco tempo no negócio. Algumas destas até chegaram, elas mesmas a indicarem outras pessoas que segundo elas “entendem mais desse negócio de MMN”.

A amostragem por bola de neve nos permitiu também redirecionarmos nosso filtro de

perfis de entrevistados quando do interesse da pesquisa. Isso se torna possível, pois como observa Vinuto (2014, p. 207) nesse modelo de amostragem [...] há a possibilidade de obter sementes oriundas de redes diversas, aumentando a possibilidade de acessar redes diferentes e, conseqüentemente, narrativas mais plurais.

Utilizando desse recurso, pudemos colecionar um grupo diversificado de distribuidores, os quais desenvolvem a atividade de MMN ou já trabalharam com o negócio.

Ao longo do desenvolvimento de nossa pesquisa nos foi possível uma conceituação genérica de dois perfis distintos de empreendedores no MMN. Sendo o primeiro perfil denominado por nós como o de “vendedores natos” e o segundo de “líderes em potencial”.

Esta distinção explicativa ajuda-nos a expor nossas apreensões acerca das variações das manifestações práticas da filosofia do negócio percebidas através dos relatos das experiências de cada um dos entrevistados.

Experiências estas que nos permitiram tangenciar alguns pontos cruciais para o entendimento das reais possibilidades inauguradas por este negócio que nem sempre materializam as promessas apregoadas pela filosofia empreendedora do Marketing Multinível.

Contudo, é necessário que o leitor esteja ciente de que nossas conclusões, na maioria das vezes, são depreendidas não do que necessariamente nos foi dito pelo entrevistado, mas pelas contradições percebidas ao longo da pesquisa e largamente prenunciadas pelas contribuições teóricas das quais nos valemo-nos.

Chamamos atenção ainda para a incapacidade de esgotamento das possibilidades de problematização do tema, dados os limites a que se propôs este trabalho de dissertação.

Detendo-nos ao nosso objetivo de observar empiricamente as manifestações do trabalho na sociedade da pós-grande indústria contextualizada por Ruy Fausto (1989) como o momento de reformulação das relações capital-trabalho onde a capacidade subjetiva, o intelecto, do trabalhador aparece como a fonte de produção e expropriação capitalista, nos foi possível observar o caráter (des) contínuo do trabalho sob esta nova configuração onde é preeminente a relação contraditória entre liberdade e submissão.

Segundo a qual o trabalhador ao mesmo tempo goza de uma relativa emancipação em relação ao trabalho árduo, maçante e despersonalizante, mas que, contudo, é submetido a uma inovadora forma de controle e submissão à lógica capitalista fundamentada na auto-culpabilização refletida nos decursos meritocráticos reiterados várias vezes pelos nossos entrevistados.

I – A SOCIEDADE DOS SERVIÇOS

Qualquer esforço mínimo que se faça na tentativa de descrever as diferenças da forma como vivemos e nos reproduzimos socialmente em relação aos nossos antecessores do século passado certamente leva à observação de onde e como grande parte da classe-que-vive do trabalho vende hoje sua mão de obra.

Essa realidade é evidenciada pela diminuição dos postos de trabalho no setor industrial em decorrência da absorção do ideal neoliberal que prega a valorização do capital financeiro em detrimento dos investimentos no setor produtivo e a política de desresponsabilização do Estado pelo pleno emprego, tendências observadas a partir da década de 1970 nas sociedades capitalistas.

Como efeito, tem-se a crescente flexibilização e desregulamentação do trabalho, oportunizadas pela ampliação da supremacia do capital frente aos contratos de trabalho dados aos altos níveis de desemprego. Tal potencialização das vantagens do capital em relação ao trabalho só se torna possível graças aos aparatos tecnológicos que maximizam a exploração da força de trabalho alheia.

O fenômeno de crescimento do setor de serviços é incitado justamente por estas transformações na relação capital-trabalho, ponto de análise em vários trabalhos sociológicos os quais serão melhores referenciados ao longo desta discussão.

O que pode ser observado de imediato é a constatação da significativa mudança na composição do quadro de empregos por setor no Brasil, depreendida do documento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE –, que analisa os anos de 2012 a 2016, segundo o relatório, enquanto a agropecuária e a indústria representaram participação de respectivamente 9,9% e 20,8% de absorção da população ocupada no mercado de trabalho, o setor de serviços apresentou, neste período, um crescimento contínuo chegando próximo a 70% de participação na parcela do quadro de pessoal ocupado.

O trabalho em serviços se caracteriza por ser bastante heterogêneo e abarcar distintas atividades que, apesar de diferentes, têm em comum a característica de não poderem ser quantificadas com base em uma lógica produtiva comum ao trabalho industrial, imediato. Sendo que algumas dessas atividades podem ser definidas até como contraproducentes, isto é, agem na prevenção de irregularidades, como é o caso da atividade policial, que não pode ter sua quantidade precisamente calculada e ao invés de produzir algo serve para manter a “ordem” (OFFE, 1995).

O trabalho em serviços, dito “imaterial” é referenciado por seus entusiastas por seu suposto avanço em relação ao trabalho considerado “imediato”, “material”. Sendo que o

principal fator apontado como propulsor deste “avanço” é o desenvolvimento e expansão das bases tecnológicas.

Nesse sentido, creditasse aos aparatos tecnológicos, que tiveram sua grande expressão no pós 70, a liberação dos indivíduos do *quantum* de trabalho, ou seja, do fato da produção não depender mais do tempo de trabalho dispendido e sim do grau de conhecimento e automação portado, o que se torna sinônimo de autonomia, flexibilidade e fluidez nas relações de trabalho.

Nessa direção o setor de serviços se destaca por sua relação de interdependência com o progresso tecnológico, pois ao passo que é diretamente influenciado pelo desenvolvimento dos aparatos informacionais e tecnológicos, dispõe de um quadro de atividades voltadas para a manutenção e reprodução destes mesmos instrumentos, como é o caso das empresas de *softwares*.

Esta relação entre tecnologia e setor de serviços pode ser constatada no ramo de vendas diretas. Entre as empresas representadas por nossos entrevistados, todas dispunham de aparatos tecnológicos que possibilitavam aos revendedores a instrumentalização das vendas através de lojas online gratuitas, material audiovisual para demonstração de produtos e do plano de bonificações da empresa. Além de um escritório virtual individual para o acompanhamento e gerenciamento dos negócios.

No entanto, a tese de que a absorção tecnológica pelo setor de serviços imprimiria nestas atividades a possibilidade de autonomia e emancipação em relação a lógica exploratória do capital é contrabalanceada pela evidência de uma tendência a extensão da acumulação capitalista em detrimento da classe trabalhadora que se vê inserida em um processo de precarização do trabalho e desemprego estrutural.

O que torna essa contradição mais evidente é o fato de não se poder descartar a hipótese de que o próprio crescimento do setor de serviços se dê em resposta a uma crise do trabalho no setor secundário (produtivo) (ANTUNES, 2006).

1.1 O fenômeno da expansão do setor terciário

O crescimento do setor de serviços se torna um dos eixos principais das pesquisas sociológicas pós-reestruturação produtiva, processo este inaugurado pela passagem à *acumulação flexível* que provocou intensas mudanças na dinâmica da relação capital/trabalho.

David Harvey (1989) afirma que as estratégias de uniformização e homogeneização, que abrangeram as esferas do trabalho e do consumo, características da etapa taylorista/fordista que se estende de 1945 a 1973, se tornam obsoletas à medida que se depara

com uma queda na taxa dos lucros, e não são mais capazes, mesmo com o auxílio providencial do Estado, de lidar com as contradições da acumulação capitalista dada a desigual apropriação dos lucros entre grupos, setores e nações.

Diante deste cenário de convulsão social, o capital é compelido a buscar novas formas de expandir-se. Nesse sentido a palavra de ordem é flexibilidade em oposição à rigidez experimentada pelo período anterior, sendo justamente essa percepção a que marca a passagem à *acumulação flexível*.

A acumulação flexível envolve rápidas mudanças dos padrões do desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões geográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento no emprego no chamado "setor de serviços", bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas (Harvey, 1989, p. 140).

A diminuição de postos de trabalho do setor fabril no período pós-reestruturação produtiva é evidenciada por Antunes (2006). Com base em um levantamento de dados a respeito dos principais países industrializados da Europa Ocidental, Antunes demonstra a crescente desproletarização do trabalho nessas sociedades. Os dados indicam, de um lado, a retração dos trabalhos na indústria manufatureira e, do outro, o crescimento expressivo do setor de serviços.

Um importante instrumento para a compreensão deste fenômeno é anunciada por Claus Offe (1995), em seu ensaio intitulado *O Crescimento do Setor de Serviços*. O sociólogo alemão propõe-se a remontar às teorias explicativas do fenômeno da expansão do setor terciário, ao longo do desenvolvimento da produção capitalista.

Offe (1995) evidencia a imprecisão quanto à mensurabilidade e definição do setor de serviços dadas às suas especificidades. Apontando que estas atividades se posicionam justamente em oposição às organizações de trabalho que claramente podem ser classificadas como primárias (extrativistas), ou secundárias (produtivas).

Ainda de acordo com Offe, quando abstraídas as diferenças quanto à organização do trabalho e considerado o trabalho em serviços de modo geral, o que se torna latente são os aspectos negativos do setor. De acordo com Offe (1995, p. 135):

O trabalho em serviços gera produtos *não materiais*, que *não podem* ser armazenados ou transportados. O trabalho em serviços *não é*, ou é *menos*, suscetível à racionalização técnica e organizacional se comparado com o trabalho que produz bens. A produtividade do trabalho em serviços *não pode* ser medida e, por isso, seus padrões de produtividade *não podem* ser controlados. O trabalho em serviços *não é* "produtivo" (tanto no sentido da economia política clássica quanto do marxismo), e

assim por diante.

Sob a intenção de evitar um julgamento arbitrário que defina o trabalho em serviços como uma atividade residual e negativa, Offe (1995) salienta que no campo sociológico tem-se tentado sistematizar um conceito de trabalho em serviços, dando ênfase a função social do setor terciário que é orientada para a manutenção da normalidade em uma sociedade, isto é [...] defender e preservar os elementos diferenciados da estrutura social, e mediá-los (OFFE, 1995, p. 136).

O autor afirma ainda que, ao cumprir sua “função social”, o trabalho em serviços se depara com uma ambígua tarefa, que em síntese pode ser definida pela necessidade de lidar, de um lado com a particularidade, e a individualidade das situações que busca atender e dos clientes que tem que satisfazer; e, do outro, o trabalho no setor de serviços deve obedecer a certas regras e valores gerais. Deste modo, [...] o equilíbrio somente pode ser obtido através da adaptação *recíproca* entre a “especificidade do caso” e a “generalidade da norma” (OFFE, 1995, p. 137).

Daí surgiria o dilema conceitual do trabalho em serviços, já que ele surge cada vez mais como trabalho, *work*², submetido à organização sistemática e esquematizado racionalmente e, em contrapartida, suas chances de êxito dependem justamente do seu campo de possibilidades, de interpretação e de manobra. Nesse sentido, Offe (1995) assevera que o trabalho em serviços age na interseção de duas racionalidades distintas, uma sendo a racionalidade da “economia industrial”, fundamentada no controle, no emprego contratual e na especificidade de meios e fins; e, a outra, a racionalidade da “mediação e conciliação”, a qual é pressuposto fundamental para as atividades de serviços justamente por assentar-se na necessidade de um campo flexível de ações específicas para cada situação ou contingência.

A ambiguidade da racionalidade deste setor segundo o autor se daria tanto no nível individual das prestações de serviço quanto no nível organizacional. No primeiro caso, o problema deve ser enfrentado através da subordinação das atividades a orientações ligadas a ética profissional e a experiência. E quanto ao nível organizacional Offe (1995) observa que, como é muito recorrente no caso dos serviços educacionais, que passam a ter uma organização baseada no trabalho (*work*) não sendo mais atribuições domésticas, nestes casos há um choque de necessidades que variam entre autonomia, flexibilidade e controle, eficácia.

² Em nota, o tradutor faz a distinção entre *work* e *labour*, duas palavras que em português significam trabalho, a primeira origina-se da palavra alemã *Muhe*, da qual denota-se trabalho no seu sentido incômodo, fadiga. Já *work* corresponde a *Werk*, que quer dizer trabalho no sentido de produção.

As observações a respeito do setor de serviços levam, segundo o mesmo autor, a duas indagações. Sendo elas:

Primeiro, como pode ser explicado o crescimento do volume das atividades de serviços? Segundo, que fatores são responsáveis pelo fato de um volume de serviços (talvez constante) ser crescentemente suprido por *trabalho formal* e especializado (e não, por exemplo através do trabalho doméstico ou autônomo, do trabalho fora do mercado, da ajuda mútua ou de uma combinação de ocupações produtivas e de serviços dentro da mesma função ocupacional)? (OFFE, 1995, p. 139).

Os questionamentos apresentados refletem a imprecisão, diagnosticada por Offe (1995), quanto à origem do fenômeno do crescimento do setor de serviços. Segundo ele, é relevante apreender se o crescimento deste setor corresponde a uma crescente necessidade social dos serviços e, por conseguinte, a um crescimento do trabalho neste setor; ou, se no sentido inverso, atividades que antes não eram consideradas trabalho (work) estão sendo cada vez mais mercantilizadas como estratégia da classe trabalhadora.

Neste sentido, haveria dois tipos de explicações para o crescimento do setor terciário: o primeiro relativo à abordagem da “integração do sistema” e um segundo, correspondente à abordagem da “integração social”. Sendo que cada uma destas abordagens conta com uma explicação que relaciona o fator da necessidade/demanda como propulsor do crescimento do setor de serviços, e outra que atribui este fenômeno ao fator mercado de trabalho.

Nessa direção, Offe (1995) apresenta um quadro com quatro hipóteses explicativas do crescimento do setor terciário.

A primeira hipótese apresentada por Offe (1995) é a das *necessidades sistemáticas* originária de uma explicação funcionalista, o qual considera que o crescimento do setor terciário é resultado das crescentes necessidades sistemáticas de serviços dadas às mudanças na estrutura social das sociedades capitalistas avançadas, donde surgiram demandas crescentes por controle e coordenação resultantes do processo de complexificação.

A hipótese assenta-se no argumento de que:

A divisão do trabalho, a diferenciação estrutural e a pluralização apenas podem ser “toleradas”, e os ganhos correspondentes na eficiência econômica e administrativa somente podem ser utilizados à medida que se desenvolve um processo de “mediação” paralelo e compensatório. Isto requer funções de planejamento, coordenação, regulamentação e controle (OFFE, 1995, p. 141).

Desta hipótese, Offe ainda observa que a expansão do setor terciário é considerada pré-condição da revolução industrial e, posteriormente, ambas se desenvolvem juntas.

A relação entre o desenvolvimento capitalista e o trabalho “sintetizante” em serviços

parte do princípio de que, sob o regime capitalista, as estruturas econômicas e sociais são orientadas para combinarem lucratividade econômica e mercado de força de trabalho livre, sendo assim o trabalho em serviços contribui para ambos os aspectos. Ao primeiro, contribuir para a burocratização das empresas com o desenvolvimento das atividades de contabilidade e administração e, segundo, realizar uma institucionalização de funções de serviços que antes eram desempenhadas com base no conhecimento e habilidade tradicionais e que foram substituídos pelos conhecimentos cientificamente construídos e regulados como [...], por exemplo, as qualificações jurídicas, médicas, pedagógicas e técnicas (OFFE, 1995, p. 146).

Situada também na abordagem da “integração do sistema”, a hipótese dos *déficits de emprego*, se contrapõe, porém, a primeira hipótese apresentada por pautar-se no entendimento de que o crescimento do setor terciário não precede, mas é consequência das estruturas sociais capitalistas onde existe um excedente de mão-de-obra dada a insuficiente absorção do setor secundário. Nesse sentido, o setor terciário corroboraria com a integração do sistema, através de suas funções latentes e não das manifestas.

Essas funções latentes consistem na distribuição de tarefas para a força de trabalho excedente sob o pretexto manifesto, por assim dizer, de que existe uma necessidade à qual este trabalho responde (OFFE, 1995, p. 147/148).

Neste sentido, Offe (1995) salienta que, frente ao argumento desta segunda hipótese, é patente o questionamento da existência das “necessidades”, argumentadas pela primeira hipótese, a que o setor de serviços, supostamente, cumpre satisfazer, já que estas poderiam perfeitamente ser criadas e não naturalmente oriundas do avanço das sociedades capitalistas.

Essa observação torna-se mais cabível se se considera o fato de que o trabalho em serviços, tal qual apresentado pelo autor em pauta, diferente de outras formas de trabalho, não pode ter sua necessidade e quantidade deduzida de padrões técnicos sendo geralmente justificados e julgados sob o critério de normalidade, critérios estes que são sempre passíveis de questionamento.

Mesmo considerando a debilidade inerente aos argumentos da primeira hipótese explicativa, a saber, a das necessidades sistemáticas, Offe (1995) reconhece que estas duas primeiras hipóteses se complementam, ao passo que a primeira postula a necessidade do crescimento do setor terciário e, a segunda, demonstra a possibilidade do sistema realmente estar atendendo a estas necessidades.

Contudo, o autor aponta que as abordagens estritamente sistêmicas fundamentadas na manifestação de necessidades e no equilíbrio do sistema não são capazes de oferecer uma

visão que abarque todos os aspectos do fenômeno, sendo necessário também considerar esta dinâmica a partir da perspectiva da “integração social”.

Partindo de um ponto de análise oposto ao das abordagens predominantemente “integrativas do sistema”, as perspectivas nas quais se prepondera a “integração social” pautam-se na orientação da ação e sua influência no crescimento do setor de serviços. Uma das explicações inseridas neste tipo de abordagem é o relativo à *mudança nas demandas* que se refere a mudanças no padrão de consumo das famílias ao longo do processo de desenvolvimento da produção capitalista.

De acordo com esta perspectiva, a elevação da renda média real (em consequência do aumento da produtividade) estaria ocasionando o efeito de saturação dos bens de consumo duráveis e, conseqüentemente, a crescente demanda por serviços.

Esses fatores devem somar-se ao fato do setor terciário ser naturalmente menos suscetível a racionalização do que a produção de bens, culminando no crescimento do volume de empregos em serviços e, proporcionalmente, a intensidade da demanda por eles.

Este equilíbrio é questionado por Offe (1995) com base na apreensão de outros autores que criticam os argumentos apresentados pela tese das *mudanças nas demandas*. De acordo com o autor, primeiramente não se pode inferir um aumento na renda média das famílias dado o aumento da produtividade, sem que se considere a *distribuição* da renda. E mesmo que haja de fato um aumento real no padrão de consumo das famílias é arbitrário estabelecer uma relação direta deste com o aumento do setor de serviços.

[...] pois é perfeitamente concebível que uma necessidade crescente dos serviços não reflita uma demanda crescente de serviços no mercado, e sim uma intensificação da demanda de bens de consumo duráveis (por exemplo, automóveis, aparelhos eletrodomésticos, brinquedos eletrônicos) que tornam possível às famílias proverem-se com base no *self-service* (OFFE, 1995, p. 155).

Ademais, a participação das demandas das famílias no volume total do emprego em serviços representa uma pequena parcela, considerando que a maior parte da mão-de obra empregada em serviços concentrar-se-ia nos serviços públicos, não estabelecendo diretamente relação com as demandas das famílias.

Nesse sentido, a exigência por cada vez mais serviços como assessoria tributária, aconselhamento legal, bancos e seguros além dos serviços de retreinamento ocupacional em consequência das rápidas mudanças nos requisitos ocupacionais, expressa, inversamente à tese das demandas das famílias, condições de ordem política, organizacional e técnica que, sem a existência destes componentes exógenos, não sofreriam modificações.

Insistindo também na análise voltada para “integração social” a quarta abordagem explicativa, apresentada por Offe (1995) como sendo relativa aos *interesses dos trabalhadores pelo lado da oferta*, parte-se do entendimento de que os indivíduos têm sido atraídos cada vez mais pelas possibilidades abertas pelo setor terciário em resposta a uma crescente aversão ao trabalho industrial, neste sentido o trabalho em serviços teria um aspecto de “humanização”.

Se aceitamos que a industrialização levou a uma despersonalização do trabalho, então a expansão dos serviços proporciona a oportunidade de inverter essa tendência, pois o contato direto com o cliente para quem o serviço é realizado, assim como a necessidade de atender às demandas individuais do cliente, são características muito mais comuns nas indústrias de serviços do que em outros setores da economia. (FRIEDRICHSHAFEN, 1976 apud OFFE, 1995, p. 160)

No entanto, com salienta o autor, esta hipótese só pode ser considerada cabível se é verificado a possibilidade dos trabalhadores em serviços realizarem suas preferências e sua autonomia. Nos serviços de profissionais qualificados, mesmo quando regulamentados por uma base semicomercial, isso parece possível, já que os profissionais detêm certa liberdade para determinar a quantidade e a espécie de serviços prestados aos clientes ditos “leigos” (OFFE, 1995).

Contudo, existem limites externos ao trabalho que podem atingir a dinâmica do setor de serviços, se tornando obstáculos aos interesses dos trabalhadores deste setor, sendo eles: a limitação econômica e orçamentária, a mecanização e a racionalização neste setor que provocariam um aumento da produção sem, contudo aumentar a demanda por mão-de-obra e, por último, uma saturação da demanda pelos produtos do setor de serviços ou até mesmo a procura de outras formas para suprir a necessidade de prestação de serviço através da “ajuda mútua”, por exemplo.

Como puderam ser depreendidas, as hipóteses explicativas consideradas separadamente são insuficientes para a apreensão total do fenômeno. É possível entender que esta imprecisão quanto a melhor orientação de um viés de análise a respeito do setor de serviços decorre justamente de sua heterogeneidade e de sua difícil mensuração, como já indicará Offe (1995) ao introduzir as especificidades deste setor.

A impossibilidade de se utilizar parâmetros técnicos, típicos da produção industrial, para a determinação da necessidade ou da eficácia dos trabalhos em serviços colocam este setor em extrema diferenciação em relação ao setor secundário (produtivo).

Nessa direção, Offe (1995) afirma que a década de 1970 é marcada por fortes rupturas no âmbito da sociologia do trabalho, sendo uma destas justamente a diferenciação entre

trabalho “produtivo” e os “serviços”. O reconhecimento desta diferenciação pela própria ciência postula, segundo o autor, o movimento de deslocamento da categoria trabalho que teria deixado de ser central para a apreensão da sociedade pós-industrial.

O fato de conceber a diferenciação entre trabalho “produtivo” e “serviços” demasiada significativa para os rumos das pesquisas sociológicas não faz com que Offe (1995) negue a interferência da racionalidade econômica no trabalho em serviços. Nas palavras do autor:

[...] isso significa que enquanto a esfera do trabalho em serviço (públicos e privados) não for de alguma forma “liberada” do regime da racionalidade econômica formal baseada no salário, ela se torna um “corpo estranho” separado, mas funcionalmente necessário, limitado externamente (mas não estruturado internamente) por aquela racionalidade econômica (OFFE, 1995, p. 180).

Sob esse entendimento, o trabalho em serviços estaria em uma ambígua relação com a racionalidade econômica capitalista por ser ao mesmo isento de uma disciplina rígida, mas subordinado à função de assegurar e normalizar o processo de valorização do capital, dadas às suas capacidades de sintetização e regulação.

A fugacidade do trabalho em serviços em relação ao controle capitalista, como percebida por Offe (1995), ganha uma nova atribuição nas apreensões dos entusiastas da teoria sobre o *trabalho imaterial*, os quais vislumbram no aumento do trabalho em serviços ou trabalho “intelectual”, ainda que submetido à racionalidade capitalista, a possibilidade de emancipação do trabalho em relação à lógica espoliativa do capital.

Segundo os entusiastas da tese do trabalho imaterial, a tensão gerada entre a nova essência do trabalho (que passa a exigir e incorporar no trabalhador o conhecimento, a informação) com o desejo do capital em apropriar-se destas novas capacidades do trabalhador, apresentar-se-ia como o momento de ruptura com a lógica capitalista dada a incapacidade do capital em apoderar-se por completo da produção dita “imaterial”.

1.2 – O debate em torno do caráter emancipatório do “trabalho imaterial”: o otimismo tecnológico e a idealização da autonomia

A passagem à acumulação flexível e, por conseguinte, o processo de reestruturação produtiva do qual emergiram novas dinâmicas de trabalho com a expressiva diminuição do trabalho formal no setor fabril e com o crescente aumento de outras formas de trabalho dentre estas o trabalho em serviços, teve como consequência uma série de indagações quanto à aplicabilidade e validade da teoria marxiana para a compreensão da sociedade considerada

“pós-industrial” (ANTUNES, 2006).

É nesse cenário de negação da teoria do valor-trabalho que se desenvolvem as teses sobre *trabalho imaterial* que partem por excelência da diferenciação entre trabalho “produtivo”, do setor secundário, e o trabalho imaterial. Sua grande expressão encontra-se no trabalho em serviços, dando início ao fenômeno do “capitalismo cognitivo”, tendo com principais referências teóricas André Gorz, Antônio Negri, Maurizio Lazzarato. E, no Brasil, Giuseppe Cocco. Em síntese, a definição da particularidade do trabalho imaterial pode ser definida através da justificativa de que:

Como a produção de serviços não resulta em bem material e durável, definimos o trabalho envolvido nessa produção como trabalho imaterial – ou seja, trabalho que produz um bem imaterial, como serviço, produto cultural, conhecimento ou comunicação" (HARDT e NEGRI, 2002, p. 311).

De acordo com Cocco (2001), o deslocamento da primazia do trabalho do setor secundário para o setor terciário decorre de duas tendências observáveis já no começo do processo de reestruturação produtiva, por volta da década de 1970. A primeira delas diz respeito ao investimento massivo em tecnologias de automação que promoveu processos de “externalização e descentralizações produtivas” (COCCO, 2001, p. 19).

A segunda, refere-se a uma mudança subjetiva na estrutura de classes no sentido de um processo de “autonomia operária”, que culmina na passagem do “operário massa” do taylorismo ao “operário social”, típico do novo regime de acumulação.

A respeito da primeira tendência, a saber, a incorporação da tecnologia nos processos produtivos. Lazzarato (1990), apud Amorim (2009), enfatiza que a automatização das máquinas no regime taylorista de produção passa a exigir também um quadro profissional que incorporasse capacidades de comando e do poder de decisão. A consequência mais importante das modificações da organização do trabalho é então de devolver a subjetividade ao trabalhador (LAZZARATO, 1990 apud AMORIM, 2009, p. 129).

Já em relação à segunda tendência, tem-se o caráter político do processo da reestruturação produtiva que seria, segundo os entusiastas do trabalho imaterial, reflexo das lutas operárias. Neste sentido Hardt e Negri (2002, p. 228) asseveram que:

Lutas proletárias constituem – em termos reais, ontológicos – o motor do desenvolvimento capitalista. Elas obrigam o capital a adotar níveis de tecnologia cada vez mais altos, e dessa maneira transformam os processos de trabalho. As lutas forçam o capital continuamente a reformar as relações de produção e transformar as relações de dominação.

Nestes termos, depreende-se que a mudança da subjetividade da classe operária precede a mudança na estrutura produtiva, ou seja, uma mudança “de baixo para cima”, que, ao invés de responder às novas demandas da acumulação capitalista, é resultado da incapacidade do capital em conter as reivindicações da nova classe operária e daí perceber a necessidade de incorporar a subjetividade dos trabalhadores no processo produtivo.

Na grande empresa reestruturada, o trabalho do operário é um trabalho que implica sempre mais, em diversos níveis, capacidade de escolher entre diversas alternativas e, portanto, a responsabilidade de certas decisões. [...] É a sua personalidade, a sua subjetividade, que deve ser organizada e comandada. Qualidade e quantidade do trabalho são reorganizadas em torno de sua imaterialidade (Lazzarato e Negri, 2001, p. 25).

A incorporação da subjetividade do trabalhador ao processo produtivo, ainda que varie entre os tipos de fábricas e os tipos de funções, constitui-se em uma realidade irreversível dado o estágio de desenvolvimento tecnológico e a absorção de informações e capacidade de decisão dos trabalhadores.

O cerne desta questão concentra-se no fato de que, nestas condições, o trabalho é evidenciado também pelo seu “valor de uso” à medida que estas capacidades ditas “cognitivas” não limitam-se apenas aos trabalhadores mais qualificados. Nesses, estas capacidades já estão definidas, contudo até mesmo nos jovens aspirantes que desempenham funções pouco valorizadas ou até mesmo nos desempregados já existe aí o potencial informacional e subjetivo (LAZZARATO e NEGRI, 2001).

A absorção difundida destas potencialidades informacionais reflete a incapacidade do capital, mesmo com seus aparatos organizacionais e regulamentadores, em deter e apropriar-se por completo do novo tipo de capital que se encontra agora na base do processo de produção de bens e serviços que é o “capital conhecimento”.

Gorz (2005) afirma que centralidade do capital conhecimento, na produção de riquezas em detrimento da obsolescência do trabalho em sua forma imediata, já é prenunciada pelo próprio Marx.

É interessante notar a hesitação na terminologia mandana. Trata-se' tanto do "nível geral da ciência" (*der allgemeine Stand der Wissenschaft*), quanto dos "conhecimentos gerais da sociedade" (*das allgemeine gesellschaftliche Wissen, knowledge*) (p. 594); ora se trata do *general intellect*, ora das "potencialidades gerais do cérebro humano (*de ullgemeinen Machede.i men.vchl;chrn Kopfi*), ora da "formação artística, científica etc", que o indivíduo poderá adquirir graças ao "acréscimo do tempo livre", e que "retroage sobre a força produtiva do trabalho". O que faz a liberação do tempo :para o pleno desenvolvimento do indivíduo" poder ser considerada, do ponto de vista do processo de produção imediata, como produção de *capital fixo*, esse capital fixo *being man himsf*" (599). A ideia de "capital humano"

se encontra, pois, já nos manuscritos de 1857-1 858 (GORZ, 2005, p. 16).

O conhecimento, nestes termos, que antes somente era mobilizado em sua forma “morta”, ou seja, no sistema de máquinas, com o avanço tecnológico passa a assumir um componente altamente reproduzível. E é justamente esta capacidade de propagação que atribui a ele uma importante *função social*, pois, na medida em que absorvido indiscriminadamente, perde seu valor mercantil levando “a um [...] comunismo do saber no qual deixam de ser necessárias as relações monetárias e as de troca” (GORZ, 2005, p. 10).

No entanto, a própria fugacidade do “capital conhecimento” é revertida, sob a lógica do capital, em uma fonte de acumulação através da monopolização do conhecimento convertido em inovações na produção e distribuição de bens e serviços que tendem a eliminar a ameaça da concorrência.

O inegável processo de liberação do trabalho em relação ao tempo dispensado nele, tende a produzir a possibilidade de se dedicar a atividades fora do trabalho. Ou seja, as atividades ligadas a arte, a cultura, a ciência etc, sendo justamente estes conhecimentos gerais da sociedade, os que passam agora a representar o “capital humano”, que torna-se o mais perseguido pela valorização capitalista.

O valor encontra hoje sua fonte na *inteligência* e na *imaginação*. O *saber* do indivíduo conta mais que o tempo da máquina. O homem, carregando consigo seu próprio capital, carrega igualmente uma parte do capital da empresa (GORZ, 2005, p. 16, grifos do autor).

No sentido proposto, o “capital humano” consistiria em um recurso gratuito mobilizado pelas empresas capitalistas, já que este não é produzido no âmbito do trabalho, pois se dá através das experiências da vida cotidiana, mas é canalizado para a reprodução do capital. Nessa direção haveria uma confusão entre os saberes e os valores próprios do trabalhador e os requisitados pela produção.

Inversamente ao trabalho fabril onde os trabalhadores eram despojados de suas subjetividades em prol do desenvolvimento da produção, as empresas pós-fordistas se fundam justamente na apropriação das capacidades cognitivas dos trabalhadores (GORZ, 2005).

Nas palavras de (LAZZARATO e NEGRI, 2001 p. 31):

Nas fábricas pós-fordistas e na sociedade produtiva pós-industrial, os sujeitos produtivos se constituem, tendencialmente, primeiro e de modo independente da atividade empreendedora capitalista. A cooperação social do trabalho social, na fábrica social, na atividade terciária, manifesta uma independência frente à qual a função empreendedora se adapta, ao invés de ser a fonte e a organização. Esta

função empreendedora, "personificação do capital", em vez de constituir uma premissa, deve, portanto, reconhecer a articulação independente da cooperação social do trabalho na fábrica, na fábrica social e no terciário de ponta, e adaptar-se a eles.

Para Lazzarato e Negri, a hegemonia do trabalho imaterial e seu poder de definir as estruturas e as relações de produção demonstram uma superação em relação ao domínio capitalista e um movimento de reorientação das lutas trabalhistas que tendem a voltar-se mais para questões de cunho político do que aquelas pautadas no antagonismo histórico entre trabalho e capital. Em síntese, a luta não será mais dialética, mas “alternativa”.

Sendo assim, o próprio movimento dos trabalhadores, em prol de questões mais subjetivas, como por exemplo, a recusa à manipulação política e de sindicatos e a reivindicação pelo reconhecimento do caráter insubstituível da função desempenhada, “já expressariam [...] uma primeira indicação a respeito da constituição de um sujeito político em torno do trabalho imaterial e de uma possível recomposição de classe” (LAZZARATO e NEGRI, 2001, p. 37).

Dadas as postulações dos autores referenciados, poderíamos sintetizar o “trabalho imaterial” como sendo aquele que em sua essência diferencia-se do trabalho material, imediato, graças as especificidades tanto em torno do seu processo de produção quanto de seu produto. A subversividade da imaterialidade do trabalho teria, de um lado, o colocado em um novo patamar na relação com o sistema produtivo capitalista, invertendo a ordem (histórica) da estrutura de dominação e apropriação do capital; e, do outro, inaugurado a criação de bens e serviços que em um sentido estrito não podem ser mais cerceados pelo seu valor de troca, como é o caso da informação, do conhecimento.

A tecnologia, fator de preponderância neste processo, teria contribuído para a liberação do tempo de trabalho e para a socialização do “capital conhecimento”, sendo este o principal fator produtivo na era pós-fordista. O capitalismo então entra em contradição com sua própria lógica de apropriação, já que se torna dependente de um capital que não pode regulamentar.

Abstraída a natureza do fenômeno, o trabalho imaterial e sua anunciada hegemonia na sociedade capitalista, tal como é apreendido pelos autores referenciados a cima, esclarece-nos até certo ponto sobre o processo de mudanças na relação capital-trabalho experimentadas a partir das últimas décadas do século XX. Contudo, a forma e as tendências nas relações de trabalho que têm se manifestado nas sociedades capitalistas contemporâneas contradizem as postulações de que a centralidade do trabalho imaterial, subjetivo, levaria invariavelmente à

ruptura com as bases espoliativas capitalistas e à conseqüente autonomia e a emancipação da nova classe trabalhadora.

As constatações de David Harvey sobre o processo de transição à acumulação flexível, processo que desencadeou a reestruturação dos modos de produção, destoam fortemente do que é vislumbrado pelas teses do “trabalho imaterial”. Segundo Harvey (1989), frente a inexorável tendência do capital à superacumulação, e aqui ele se fundamenta nas formulações de Marx, tende a haver um processo de desvalorização como meio eliminar os efeitos da crise.

A força de trabalho, nestes termos, representa um dos focos da desvalorização capitalista em épocas de crise. Nesse sentido, Harvey denuncia que no processo de acumulação flexível, no qual o capital tenta lidar com o problema da superacumulação, há uma recombinação estratégica entre as duas formas de geração de lucro, sendo elas as já tão bem categorizadas pelo próprio Marx: mais-valia absoluta e mais valia relativa.

Neste sentido, a transição capitalista é marcada tanto pela incorporação de ciência e tecnologia aos meios de produção, “o que passa a exigir um extrato de profissionais [...] altamente privilegiado e até certo ponto poderoso da força de trabalho” (HARVEY, 1989, p. 33). Esse estrato social caracterizaria a mais valia-reativa, quanto evidencia-se também um processo de extensão das horas de trabalho combinada a uma redução do salário real ou através do deslocamento do capital corporativo para regiões, onde a força-de-trabalho se encontra altamente desvalorizada do que conclui-se a estratégia de mais-valia absoluta.

A respeito desta última, Harvey (1989, p. 174) aponta que:

Muitos dos sistemas padronizados de produção construídos sob o fordismo foram, por essa razão, transferidos para a periferia, criando o “fordismo periférico”. Mesmo os novos sistemas de produção tenderam a se transferir, uma vez padronizados, dos seus centros inovadores para as localidades terceiro-mundistas (a transferência da Atari, em 1984, do Vale do Silício para o sudeste Asiático, com sua força de trabalho de baixa remuneração, é um caso exemplar).

Harvey deflagra o duplo movimento produzido pela acumulação flexível, no qual a crescente importância do trabalho imaterial, tecnológico em um polo da produção não faz, contudo, que seja eliminada a degradação do trabalho como um todo. Ademais, pode-se observar que o próprio avanço tecnológico e organizacional é que possibilita a continuidade da exploração do trabalho humano.

Dessa apreensão denota-se a limitação das teses do trabalho imaterial quanto a superestimação da tecnologia e seu caráter emancipador, pois, como se percebe, se de um lado

houve a liberação do tempo de trabalho e o surgimento de um estrato de trabalhadores altamente qualificados, do outro “[...] curiosamente o desenvolvimento de novas tecnologias gerou excedentes de força de trabalho que tornaram o retorno de estratégias absolutas de mais-valia viável mesmo nos países capitalistas avançados” (HARVEY, 1989, p. 145).

O que é obscurecido pela tese do trabalho imaterial é que a ciência e a tecnologia incorporadas pelo processo de produção são limitadas e orientadas estritamente para a valorização do capital. A respeito, Antunes (2009) interpreta da tese de Marx nos *Grundrisse* (1974): a constatação da incapacidade da ciência e do conhecimento, sob a égide do capital, em tornarem-se propulsores da emancipação social. A respeito do legado marxista, Antunes expõe que:

As suas notas antecipatórias mostram que desde meados do século XIX a relação entre valor-trabalho e ciência tinha extrema relevância. Mas, mesmo reconhecendo o hiperdimensionamento assumido pela ciência no mundo contemporâneo, o conhecimento social gerado pelo progresso científico tem seu objetivo restringido pela lógica da reprodução do capital. Impossibilitado de instaurar uma forma societal que produza coisas úteis com base no tempo disponível, resta à cientifização da tecnologia adequar-se ao tempo necessário para produzir valores de troca. A ausência de independência frente ao capital e seu ciclo reprodutivo a impede de romper essa lógica (ANTUNES, 2009, p. 122).

A afirmação da corrente *neomarxista* de que o desenvolvimento das bases produtivas com a resultante apropriação do conhecimento pelos trabalhadores daria início uma nova fase de valorização capitalista, onde a produção de riqueza não estaria mais vinculada ao tempo de trabalho, mas ao conhecimento social, é validada pelas experiências observadas nas estruturas de produção e de valorização do capital nas sociedades pós-fordistas.

O que, contudo, torna a crença no trabalho imaterial questionável, por sua vez, é idealização da autonomia como resultado unicamente da restituição da subjetividade do trabalhador, dado que esta própria subjetividade é altamente questionável quanto ao seu potencial de mobilização emancipatória e política tal qual é concebido por LAZZARATO e NEGRI (2001).

Na verdade, por de trás de uma pretensa autonomia, o conhecimento e a ciência possibilitam ao capital a radicalização da exploração da força de trabalho. A subjetividade, cada vez mais requerida pelos processos produtivos, jogaria contra os próprios interesses da classe trabalhadora, uma vez que capacidades como criatividade e autonomia dão ao capital a possibilidade de usufruir de “corações e mentes” (AMORIM, 2009, p. 130).

Sendo assim o que se tem de fato é uma *subjetividade inautêntica*,

[...] pois a dimensão de subjetividade presente nesse processo de trabalho está tolhida e voltada para a valorização e auto-reprodução do capital, para a 'qualidade', para o 'atendimento ao consumidor', entre tantas formas de representação ideológica, valorativa e simbólica que o capital introduz no interior do processo produtivo. A subjetividade operária deve transcender a esfera da execução, para, além de produzir, pensar também diuturnamente naquilo que é melhor para a empresa e o seu projeto. Mesmo no trabalho dotado de maior significado intelectual, imaterial, o exercício da atividade subjetiva está constrangido em última instância pela lógica da forma/ mercadoria e sua realização (TERTULIAN, 1993 apud ANTUNES, 2009, p. 128).

Nesse sentido, deve ser destacado o duplo resultado produzido através da absorção do conhecimento do trabalhador pelo processo produtivo. O capital, além de expropriar a subjetividade do trabalhador, obscurece a relação de exploração incitando a subjetividade a um processo de aderência aos ideais da empresa fazendo com que o empregado se sinta participante e corresponsável pelo êxito da produção. Esta tendência demonstra que, ao invés da restituição da subjetividade ao trabalhador, o que de fato se manifesta é a radicalização da subordinação transvestida de autonomia.

Em outros termos, entendemos que o capital hoje reorganizou a exploração do trabalho aos seus interesses. Às técnicas de produção taylor-fordista foram somadas novas formas de persuasão que infundem, por exemplo, a ideia e que o trabalhador é um parceiro e, como tal, deveria incorporar o “espírito” da empresa capitalista. A “subjetividade” do trabalhador é assim reconfigurada e outra vez reclamada pelo capital (AMORIM, 2009, p. 146).

A difusão do ideal cooperativo nas empresas capitalistas é resultado de uma estratégia do capital frente a sua incapacidade de controle e de dominação, já que este teria perdido suas bases materiais anteriores que foi transferida para o conhecimento social portado pelos trabalhadores. Dada essa realidade, é preciso que o capital promova a adesão ideológica e política dos trabalhadores aos interesses da produção, adotando uma aparência democrática (PRADO, 2005).

Sob a aparência de um despotismo mais brando (ANTUNES, 2009) o trabalho se manifesta ainda mais subsumido. Esta nova forma de subsunção do trabalho ao capital encontra eco nas teorizações sobre a emergência da sociedade da pós-grande indústria (FAUSTO, 1989).

Sob a luz dos prenúncios de Marx nos *Grundrisse* (1857-1858), Fausto (1989) reitera que, por subsunção, equivale a dizer, o controle da subjetividade do trabalhador em sua atividade criativa, sendo que as formas de subsunção do trabalho ao capital coincidem com os estágios do processo de desenvolvimento do sistema capitalista de produção que tem sua

grande transformação com a substituição da força produtora de riquezas que, antes, na grande indústria, concentrava-se no sistema de máquinas e que passa a estar na “compreensão da natureza”, no “intelecto geral”.

Segundo Fausto,

Nessa transformação (*Umwandlung*) não é nem o *trabalho* imediato que o homem executa, nem o *tempo* que ele trabalha, mas a apropriação da sua própria força produtiva universal, sua *compreensão* (*Verständigung*) da natureza e sua dominação dela através da sua existência (*Dasein*) como *corpo social* - em palavra [é] o desenvolvimento do indivíduo social que aparece como o grande pilar da produção e da riqueza" (MARX, 1857-1858 apud FAUSTO, 1989. p.52).

Nestes termos, o trabalhador da pós-grande indústria (FAUSTO, 1989) passa a ser o guardião e regulador do processo de produção. Ele deixa de ser peça no processo de produção. Contudo, se mantém subordinado de forma real ao capital já que continua não determinado os fins de sua atividade (PRADO, 2003).

A grande novidade do trabalho na pós-grande indústria, a saber, a absorção crescente da subjetividade do trabalhar pelo processo produtivo, exigida pela complexificação crescente dos sistemas produtivos, ao invés da autonomia, implica na extensão da subsunção do trabalho ao capital. Como afirma Antunes (2009, p. 131), nesse processo, o envolvimento interativo aumenta ainda mais o estranhamento do trabalho, amplia as formas modernas da reificação, distanciando ainda mais a subjetividade do exercício cotidiano autodeterminado.

Esta noção é validada pela observação de que o avanço tecnológico do sistema produtivo capitalista passa a exigir um novo perfil de trabalhador ainda mais comprometido subjetivamente com a produção. Como consequência, a absorção dos interesses do capital pelos trabalhadores faz negar-se a existência da exploração do trabalho, o que faz com que a pós-grande indústria [seja] caracterizada, por isso, pela subsunção formal, intelectual e societária do trabalho ao capital (PRADO, 2003, p. 18).

Esta subsunção ganha relevo com a prominência do uso cada vez mais corrente do conceito de “capital humano”, que tem em seu cerne a ideia de que o trabalhador é responsável pela sua empregabilidade e pelo seu melhoramento profissional, subsumindo-o ideologicamente (PRADO, 2005).

Outra tendência encoberta pela tese do trabalho imaterial é o fetiche que envolve a mercadoria produzida por ele. O fetichismo consiste em confundir a forma da relação social com aquilo que lhe dá suporte, tomando naturalmente esta última por aquela (PRADO, 2005, p. 77). Nesse caso, o fetichismo corresponde à noção de que o trabalho imaterial porta um

sentido de autodeterminação e de subversão em relação à lógica capitalista. Ele é antes de tudo,

Um trabalho intelectual abstrato. [...] uma dimensão reflexiva, voltada para o saber e o conhecimento autênticos, "isto é, tudo o que se encontra distante em relação à mercantilização generalizada, à reprodução repetitiva das relações sociais, ao funcionamento obstinado dos automatismos sociais, está implicitamente proscrito. Não é importante saber para onde se vai, ou interrogar se a orientação caminha para a autodestruição; basta produzir para o capital" (VICENT, 1993 apud ANTUNES, 2009, p. 129).

Atribuir ao trabalho imaterial a capacidade de romper com a valorização capitalista constitui-se por si só em uma visão mistificada que subestima a tendência do capital em apropriar-se e subjugar toda forma de riqueza a seu próprio interesses. Ainda que o produto do trabalho imaterial tenha naturalmente um caráter fugidio em relação à quantificação e o controle capitalista, o que, segundo as teses do trabalho imaterial, “inviabilizaria a tese do valor-trabalho marxista, ainda que como medida desmedida do valor, o capital [...] continua atuando na formação dos preços de mercado. O capital, pois, ainda se alimenta de mais-valia” (PRADO, 2005, p. 67).

Diante dos contra-argumentos apresentados em relação às teses do trabalho imaterial não seria espantoso nem arbitrário dizer que ao invés de mover-se em direção à emancipação e a autonomia, a imaterialidade do trabalho, que já surge como reflexo das transformações das bases produtivas, é engolida pelo avassalador e inexorável caráter espoliativo e oportunista do capital. Nesse sentido, torna-se questionável até mesmo a premissa de que a transição capitalista do fordismo à acumulação flexível teria se dado de “baixo para cima” (HARDT e NEGRI, 2002).

É fato que as reivindicações operárias das décadas de 1960 e 1970 que ensejavam um maior controle dos processos de produção, boicotando e resistindo ao trabalho despótico taylorista/fordista, tiveram forte influência na crise da sociedade da grande indústria. Contudo, como afirma Antunes (2009), estas ações encontraram limites intransponíveis graças à estruturação organizacional social-democrática e a conflitualidade proletária emergente. Por não conseguir se desvencilhar destes limites, a ação dos trabalhadores foi solapada e a proposta de uma contraposição hegemônica a sociabilidade capitalista se tornou inviável.

Neste sentido, a aversão ao trabalho degradante taylorista/fordista, manifestado nas ações contestatórias da classe trabalhadora, ainda que tenha influenciado nas transformações da base produtiva capitalista, não foi unicamente sua causa. A crise do capital se deu através

da confluência de dois fatores, o estancamento econômico e a luta de classes, ainda que esta segunda tenha conseguido exercer certo poder sobre as transformações na base produtiva, o salto tecnológico que se iniciara teve como objetivo também responder as necessidades da própria concorrência intercapitalista na fase monopólica (ANTUNES, 2009, p. 44).

Nestes termos, assim como se deu na passagem do taylorismo/fordismo à acumulação flexível, do qual a automação das bases produtivas, tão reivindicada pelo operário fordista, possibilitou ao capital a desvalorização do trabalho (HARVEY, 1989), o capital tende sempre a manipular os meios e os agentes a favor dos seus próprios interesses.

Sendo assim, se mostra ingênua a noção de que o trabalho imaterial, mesmo mobilizando capacidades cognitivas e comunicacionais, levando os trabalhadores a um controle maior sobre as bases produtivas, geraria por si só uma ruptura com a lógica capitalista de produção. Para que de fato isto se materialize seria necessário, antes de tudo uma mudança política e estrutural. Nas palavras de AMORIM (2009, p. 146):

[...] a perspectiva de liberação de tempo de trabalho como tempo livre, ou seja, aquele que poderia ser controlado pelo coletivo de trabalhadores organizado, só pode se realizar em uma sociedade de transição socialista, na qual as relações de produção capitalistas vão aos poucos sendo substituídas por relações de produção socialistas. A dominação política precede, dessa forma, a constituição do indivíduo social, do intelecto geral os termos e Marx. Não é possível pensar a constituição de um tempo livre sem que toda a sociedade esteja empenhada ativamente em exercer livremente esse tempo.

A contribuição da discussão em torno da imaterialidade do trabalho para o debate científico ultrapassa largamente a proposta deste trabalho, o que evidencia-se aqui é um importante ponto de análise para a problematização do fenômeno do setor de serviços assim como de seus efeitos para a classe trabalhadora.

Subsidiados pelas formulações dos autores referenciados neste primeiro capítulo é possível agora uma incursão nas manifestações do nosso objeto de pesquisa, a saber, o trabalho no *marketing multinível*. Antes, contudo, é necessário que demos notoriedade a um aspecto de extrema relevância para a apreensão deste sistema de vendas e relação de trabalho, aspecto este que definimos aqui como o “apelo empreendedor”.

II – O APELO EMPREENDEDOR NA SOCIEDADE DA PÓS-GRANDE INDÚSTRIA

A onda neoliberal que se instala a partir da década de 1980 nos países capitalistas,

como suposta saída para a crise de acumulação do capital, ocasiona o esfacelamento das bases produtivas tayloristas/fordistas e o rompimento com a política do pleno emprego, característica da tendência assistencialista e intervencionista do Estado de bem-estar (1945-1973).

Diante dessa ruptura, o operário assalariado tem sua força de trabalho altamente depreciada frente à política de criação de um exército de reserva e a fragilização dos contratos de trabalho cada vez mais flexíveis. No contexto de flexibilização do trabalho intensifica-se o uso de tecnologias cada vez mais avançadas e uma reconfiguração da organização do processo produtivo. Marca a passagem à terceira forma de subsunção do trabalho ao capital, que inaugura a “sociedade da pós-grande indústria” (FAUSTO, 1989).

A desresponsabilização do Estado pelas condições de absorção da oferta de trabalho, dada a absorção do receituário neoliberal, somada a nova configuração do processo produtivo a que passa a exigir funcionários multifuncionais e semiautônomos, corroboram para o aumento crescente do excedente de trabalho frente a uma demanda cada vez mais limitada.

Diante da dificuldade de alocação no mercado de trabalho, que é agudizada no Brasil, com a deflagração de uma crise econômica que se instala no país a partir do segundo trimestre de 2014 o empreendedorismo é apontado como o “colchão social” responsável por amortecer os efeitos nefastos do desemprego.

Nesse contexto de apologia do empreendedorismo como saída para o déficit da geração de postos de trabalho, as vendas diretas compõem o quadro do receituário para a geração de renda e desenvolvimento econômico à medida que representa uma atividade de baixo investimento inicial podendo ser acessada por pessoas dos mais variados perfis.

2.1 A crise da sociedade assalariada: do Estado de bem-estar ao desemprego estrutural

A relação capital-trabalho, ao longo do desenvolvimento do sistema capitalista de produção, apresentou-se de diferentes maneiras, refletindo a ideologia, as estratégias, as possibilidades e os entraves que caracterizam cada estágio da resistência e da performance seja dos trabalhadores ou do capital.

De acordo com Prado (2005), o processo de desenvolvimento histórico do capitalismo é marcado por distintas formas de subsunção do trabalho ao capital. Por subsunção, equivale a dizer, o controle da subjetividade do trabalhador em sua atividade criativa. Sendo assim, a subsunção do trabalho ao capital só se torna possível num processo coletivo de trabalho em que a independência, a individualidade e a privacidade do trabalhador lhe são subtraídas. Para

Prado, a primeira forma de subsunção do trabalho ao capital corresponde ao período da cooperação e da manufatura, caracterizado pela “subsunção formal” do trabalho ao capital.

O período da “*subsunção formal do trabalho ao capital*” evidenciado por Prado (2005) equivale à postulação de, dentre outros, Márcio Pochmann (2000), apresentada pelo conceito de “*primeira revolução industrial e tecnológica*”, que, segundo o economista, data do final do século XVIII e início do XIX e é marcado por transformações relativamente simples na base produtiva e técnica que tinham a Inglaterra como centro irradiador. Além disso, tal período caracteriza-se por:

[...] queda da renda agrícola e a aceleração da proletarização de grandes massas de camponeses, [...] por extensas jornadas de trabalho, contratos individuais e de adesão, uso intensivo do trabalho feminino e infantil, baixos salários, entre outros (POCHMANN, 2000, p. 30/31).

Apesar de apresentar mudanças substanciais no processo produtivo em relação à etapa pré-capitalista, nesta fase o trabalhador ainda exerce certa influência, oriunda de sua subjetividade, no processo de produção, e o que predomina é a extração de mais-valia absoluta, o que significa que o trabalho excedente, gerador de lucro, é extraído do aumento da jornada de trabalho (PRADO, 2005).

É somente com o advento da grande indústria no final do século XIX, que passa haver a **subsunção real** do trabalho ao capital, o que implica no controle massivo do processo de produção de acordo com o interesse capitalista, através do aperfeiçoamento dos sistemas de produção nucleados pelos sistemas de máquinas o que possibilita a diminuição dos custos e do tempo de produção e, por conseguinte o aumento dos lucros. Sendo que, deste período é possível depreender duas etapas: a concorrencial e a monopolista.

A empresa monopolista (taylorista/fordista), caracterizada pelo controle da produção e a massificação do produto e do consumo, marca o ápice do período que consiste na segunda fase da transição capitalista. Com o advento do capitalismo monopolista, a geração de superlucro assume uma importância especial na dinâmica da acumulação capitalista. Nas palavras do autor, a respeito das transformações incitadas pela empresa monopolista:

[...] não se devem entender apenas novas técnicas de organização da produção, mas procedimentos que moldam e controlam os trabalhadores. Eles estendem, aperfeiçoam e efetivam os sistemas de produção nucleados pelos sistemas de máquinas, os quais levam a um grau mais alto a supressão dos processos de trabalho como tais, com a concomitante constituição de gigantescos macro-sujeitos objetivos capazes de produzir grandes volumes de mercadorias. Vem a ser, pois, a plena efetivação de lógicas de produção objetivas que aparecem como realizações próprias do capital, mas que estão de fato a serviço de sua acumulação acelerada. Os

autômatos fabris criados pela primeira revolução industrial transformaram-se, agora, em grandes empresas com muitos níveis hierárquicos e ampla complexidade organizacional. A subsunção real torna-se mais perfeita no chão de fábrica e é, ao mesmo tempo, estendida também para os escritórios, tornando-se inclusive organizacional (PRADO, 2005, p. 16/17).

Nessa direção, Harvey (1989) aponta que o período do pós-guerra compreendido entre 1945 e 1973 é caracterizado na história do capitalismo pelo controle de todas as esferas sociais, que vai do trabalho ao consumo, direcionando também as decisões do poder político-econômico. Tal controle é inaugurado pelo modelo fordista. Segundo o autor, “[...] o fordismo do pós-guerra tem de ser visto menos como um mero sistema de produção em massa do que como um modo de vida total” (HARVEY, 1989, 131).

O poder totalizante do modelo fordista agregava os princípios da administração científica taylorista, baseada na noção de racionalização e separação sistemática de tarefas no âmbito da produção com ênfase no controle de tempos e movimentos, à percepção de que produção e consumo estavam intrinsecamente relacionados, de modo que novas formas de produção reverberam nas ações do indivíduo enquanto consumidor e nas suas formas de viver, pensar e se relacionar (HARVEY, 1989).

Harvey considera ainda a forte participação do Estado na consolidação e expansão do fordismo no intuito de possibilitar a geração de lucros aos investimentos massivos na produção em massa, forte característica da etapa fordista.

[...] o Estado se esforçava por controlar ciclos econômicos com uma combinação apropriada de políticas fiscais e monetárias no período pós-guerra. Essas políticas eram dirigidas para as áreas de investimento público em setores como o transporte, os equipamentos públicos etc. vitais para o crescimento da produção e do consumo de massa e que também garantiam um emprego relativamente pleno. Os governos também buscavam fornecer um forte complemento ao salário social com gastos de seguridade social, assistência médica, educação, habitação etc (HARVEY, 1989, 129).

Nessa mesma direção, Pochmann (2000) atribui valor à observação de Harvey (1989) ao constatar que em um primeiro momento desta etapa, que, segundo ele, representa a “*segunda revolução industrial*”. As políticas do trabalho e de garantia de renda se mostravam bastante limitadas quanto à superação do problema do livre mercado de trabalho. Entretanto, Pochmann continua,

[...] com a consolidação da Revolução Russa em 1917, a criação da Organização Internacional do Trabalho (OIT) em 1919, o agravamento da crise econômica no final dos anos 20 e a nova conformação política contrária ao liberalismo do século XIX em vários países, foram forjadas medidas inovadoras no campo da regulação

pública, voltadas para o pleno emprego, e estabilidade monetária e a melhor distribuição de renda (BEVERIDGE, 1944; KEYNES, 1987 apud POCHMANN, 2000, p. 32).

Este contexto de reconstrução produtiva do pós-guerra, como afirma Pochmann, culminou na rápida expansão da economia e em uma realidade de quase pleno emprego configurando a estabilidade econômica e a regulação do mercado de trabalho. Deste período observa-se também a retração dos índices de pobreza e o avanço no padrão de distribuição de renda graças a um padrão sistêmico de integração social. Por padrão sistêmico de integração social, Pochmann (2000, p. 13) define como sendo o responsável por:

Um conjunto de condições favoráveis ao mundo do trabalho, por meio da presença de um quase pleno emprego, do desenvolvimento do Estado de bem-estar social e da forte atuação dos sindicatos e partidos políticos comprometidos com os trabalhadores.

Este período, que por excelência é marcado pela forte intervenção do Estado, é caracterizado, de acordo com Prado (2005), pela etapa do “liberalismo social”, que sucede ao “liberalismo clássico”. Segundo o autor, a passagem do liberalismo clássico ao liberalismo social se dá justamente através da reformulação do papel do Estado em relação a sua interferência na atividade econômica diante dos desafios do capital monopolista, especialmente no século XX, com o objetivo de regular e balancear a atividade econômica e impulsionar a geração de riquezas.

No entanto, apesar do sucesso quase incontestável das políticas sociais promovidas pelo Estado intervencionista e de bem-estar, notadamente responsáveis pelos anos de ouro do capitalismo avançado, a aceitação de tais políticas não se dá de maneira unânime e tampouco sem provocar reações políticas e ideológicas.

Se, a conformação política contrária ao liberalismo do século XIX em vários países representou um dos fatores de propulsão às políticas de regulação do mercado de trabalho, tal como foi explicitado a cima com base na contribuição de Pochmann (2000), essa aversão ao ideário liberal não minou de maneira alguma o ataque contra qualquer limitação dos mecanismos de mercado por parte do Estado (ANDERSON, 1995).

De acordo com Anderson (1995), o avanço das políticas do Estado de bem-estar foi acompanhado por um movimento reacionário denominado de “neoliberalismo”, que nasce logo depois da II Guerra Mundial, na região da Europa e da América do Norte e que se diferencia do chamado “liberalismo clássico”, do século XIX. O texto “Caminho da

Servidão”, de Friedrich Hayek, escrito em 1944, inaugura a apologia à liberdade econômica e política que, supostamente, estariam sendo ameaçadas pela demasiada interferência do Estado (ANDERSON, 1995).

Ainda de acordo com Anderson, a intenção de Hayek era atingir o Partido Trabalhista inglês, que disputava a eleição geral da Inglaterra em 1945. O posicionamento de Hayek assentava-se na crença de que: “Apesar de suas boas intenções, a social-democracia moderada inglesa conduz ao mesmo desastre que o nazismo alemão – uma servidão moderna” (ANDERSON, 1995, p. 9).

Contudo, como salienta Anderson, os prenúncios feitos por Hayek e seus seguidores não receberam muito crédito face ao crescimento sem precedentes na história do capitalismo, que teve seu ápice nas décadas de 1950 e 1960. Este cenário começa a mudar com a insuficiente capacidade do Estado em amortecer os impactos frente ao fato de os benefícios do fordismo não poderem ser logrados por todos. Como esclarece Harvey (1989), os salários eram definidos por certos setores da economia e certas nações-Estado em que a alta demanda possibilitava o incremento tecnológico na esfera da produção, diferentemente de outros setores em que os salários eram baixos e os empregos inseguros por não corresponderem a uma produção que garantisse o retorno do investimento. O que acarretava uma grande disparidade entre o mercado de trabalho dividido entre um setor monopolista e um setor competitivo (O'Connor, 1973 apud Harvey 1989).

As contradições do sistema fordista seguiram tornando-se cada vez mais evidentes e profundas. Sua expansão gerou aumento da desigualdade, entre indivíduos, entre nações. Contudo, o modelo fordista, como observa Harvey (1989), ainda teve fôlego para continuar ditando e direcionando as ações econômicas, políticas e sociais.

Em reação ao controle fordista, no final dos anos 1960 e início dos anos 1970 é observado o movimento de revolta do operário-massa, tal como é evidenciado por Antunes (2009), que decorre justamente do fato da não adequação de parte hegemônica do proletariado às imposições do processo produtivo.

Tendo perdido a identidade cultural da era artesanal e manufatureira dos ofícios, esse operário havia se ressocializado de modo relativamente “homogeneizado”, quer pela parcelização da indústria taylorista/fordista, pela perda da destreza anterior ou ainda pela desqualificação repetitiva de suas atividades, além das formas de socialização ocorridas fora do espaço da fábrica (ANTUNES, 2009, p. 42/43).

Ainda de acordo com Antunes, a insatisfação da classe trabalhadora se materializou em ações de sabotagem no ambiente de trabalho como forma de contestar as evidentes

contradições inerentes a nova forma de gerência do trabalho, que, se por um lado privava o trabalhador de executar suas capacidades criativas, subjetivas, do outro exigia dele, rotineiramente, a realização de reparos às falhas ocasionadas pelas deficiências da “gerência científica”.

Ainda que somada as já anunciadas debilidades do modelo de acumulação vigente, o conflito proletário dos anos 1960-70 seguia em direção ao seu esvanecimento graças à falta de articulação com as organizações sindicais e com as políticas constitutivas do modelo social-democrata.

Estas ações encontraram limites que não puderam transcender. Primeiro era difícil desmontar uma estruturação organizacional social-democrática consolidada durante décadas e que tinha deixado marcas no interior do próprio proletariado. A luta dos trabalhadores, se teve o mérito de ocorrer no espaço produtivo fabril, denunciando a organização taylorista e fordista do trabalho bem como dimensões da divisão social hierarquizada que subordina o trabalho ao capital, não conseguiu se converter num projeto societal hegemônico contrário ao capital.[...] As práticas auto-organizativas acabaram por se limitar ao plano microcômico da empresa ou dos locais de trabalho, e não conseguiram criar mecanismos capazes de lhe dar longevidade (ANTUNES, 2009, p. 46).

No entanto, nem mesmo a interferência do Estado com base no modelo social-democrata foi possível continuar adiando o declínio do fordismo. De acordo com Harvey (1989), a deflagração da queda da produtividade e da lucratividade dos Estados Unidos após 1966, como consequência da contração do crédito assim como da formação do mercado do eurodólar, acrescidos da substituição de importações em países de Terceiro Mundo e da intensificação da competição internacional pela disputa de expansão de mercados recém-industrializados culminou em uma forte ameaça a hegemonia estadunidense [...] a ponto de fazer cair por terra o acordo de Bretton Woods³ e de produzir a desvalorização do dólar (Harvey, 1989, p. 135).

No início da década de 1970, a fragilização do Sistema Monetário Internacional e do padrão de industrialização norte-americano, que no pós-guerra havia se generalizado para a Europa Ocidental, Japão, chegando, posteriormente, a alcançar algumas economias da periferia mundial, marcam a agudização da crise econômica que tem, por consequência, a [...] perda da capacidade geral de dinamização da economia mundial (POCHMANN, 2000, p. 14).

³ O acordo da Conferência de Bretton Woods, de 1944, transformou o dólar na moeda-reserva mundial e vinculou com firmeza o desenvolvimento econômico do mundo à política fiscal e monetária norte-americana. Os Estados Unidos agiam como banqueiro do mundo em troca de uma abertura dos mercados de capital e de mercadorias ao poder das grandes corporações.

Estes fatores confluem para a noção de urgência na articulação de novas saídas para a acumulação capitalista frente à derrocada do modelo taylorista/fordista. Sendo rigidez a palavra chave para compreender a deficiência desse modelo.

Havia problemas de rigidez com os investimentos de capital fixo de larga escala e de longo prazo em sistemas de produção em massa que impediam muita flexibilidade planejamento e presumiam crescimento estável em mercados de consumo invariantes. Havia problemas de rigidez nos mercados, na alocação e nos contratos de trabalho (especialmente no chamado setor "monopolista"). E toda tentativa de superar esses problemas de rigidez encontrava a força aparentemente invencível do poder profundamente entrincheirado da classe trabalhadora - o que explica as ondas de greve e os problemas trabalhistas do período 1968-1972. A rigidez dos compromissos do Estado foi se intensificando à medida que programas de assistência (seguridade social, direitos de pensão etc.) aumentavam sob pressão para manter a legitimidade num momento em que a rigidez na produção restringia expansões da base fiscal para gastos públicos (HARVEY, 1989, p. 135/136).

O entendimento passa a ser então o de que, a rigidez, presente nas várias esperas sociais, acabava por minar ao invés de impulsionar, a acumulação do capital. O que, de acordo com Harvey (1989), acaba por levar à percepção da necessidade de uma reestruturação econômica e um remodelamento político e social nas décadas de 1970 e 1980, que marcam, segundo Harvey, a passagem à *acumulação flexível*.

Sendo um dos elementos causais da eclosão da crise dos anos 1970 (ANTUNES, 2009), os movimentos de reação à classe trabalhadora imprimiram ao capital a necessidade de novas formas de controle que possibilitassem, além de tudo uma supressão, ainda maior, das reivindicações trabalhistas. Nesse sentido, o expressivo salto tecnológico – como será melhor exposto ao longo de nossa incursão – torna-se um dos componentes mais característicos da etapa da *acumulação flexível*.

No intuito de evidenciar esta relação, Antunes aponta para grande perspicácia do capital em converter as capacidades de organização e mobilização da classe trabalhadora, tal como demonstradas nas lutas trabalhistas, em um dos principais componentes produtivos da empresa flexível e seus meios de produção altamente tecnológicos. O que se traduz na observação de que:

Os trabalhadores tinham se mostrado capazes de controlar diretamente não só o movimento reivindicatório, mas o próprio funcionamento das empresas. Eles demonstraram, em suma, que não possuem apenas uma força bruta, sendo dotados também de inteligência, iniciativa e capacidade organizacional. Os capitalistas compreenderam então que, em vez de se limitar a explorar a força de trabalho muscular dos trabalhadores, privando-os de qualquer iniciativa e mantendo-os enclausurados nas compartimentações estritas do taylorismo e do fordismo, podiam multiplicar seu lucro explorando-lhes a imaginação, os dotes organizativos, a capacidade de cooperação, todas as virtualidades da inteligência. Foi com esse fim

que desenvolveram a tecnologia eletrônica e os computadores e que remodelaram os sistemas de administração de empresa, implantando o toyotismo a qualidade total e outras técnicas de gestão (BERNARDO, 1996 apud ANTUNES, 2009, p. 46/47).

Nesse sentido nasce o trabalhador da pós-grande indústria caracterizado, pois, por ser guardião e regulador do processo de produção (PRADO, 2005, p.18). O que acarreta, segundo o mesmo autor, na **subsunção formal, intelectual e societária** do trabalho ao capital. Já que o trabalhador nesta fase do desenvolvimento capitalista tem suas capacidades subjetivas submetidas à lógica de produção.

Harvey (1989) observa nova forma de acumulação, nesse novo contexto do capitalismo moderno, ao endossar que o forte aparato tecnológico e suas implicações na vida dentro e fora das fábricas inaugura a sociedade da fluidez da fugacidade, com grandes impactos no processo de produção e de consumo. Intensifica-se a substituição da produção em massa pela produção em pequenos lotes, e a atenção dada ao consumo, que passa a contar com a constante criação de necessidades impostas nessa fase de flexibilização (HARVEY, 1989).

Ainda de acordo com o autor, a compressão do tempo e do espaço, alcançada por meio de aspectos como, a comunicação via satélite e a queda dos custos de transporte, é outro imperativo na expansão do capital na acumulação flexível, e que possibilitou a flexibilidade e mobilidade dos empregadores e, por conseguinte maior dominação do capital sobre trabalho, o que, potencializado pelo alto índice de desemprego, culminou na transformação das relações de trabalho, dando aos patrões uma condição ultra-favorável para imporem regimes de trabalho flexíveis, inclusive de subcontratação. Tendência que se verifica nos dados apresentados pelo autor, segundo os quais:

Na Inglaterra, os "trabalhadores flexíveis" aumentaram em 16 por cento, alcançando 8,1 milhões entre 1981 e 1985, enquanto os empregos permanentes caíram em 6 por cento, ficando em 15,6 milhões (Financial Times, 27 de fevereiro de 1987). Mais ou menos no mesmo período, cerca de um terço dos dez milhões de novos empregos criados nos EUA estavam na categoria "temporário" (New York Times, 17 de março de 1988). (HARVEY, 1989, p. 144).

Os números expostos a cima evidenciam o amplo movimento de absorção do ideário neoliberal que, justamente neste momento de declínio do modelo social-democrata e do modo de produção fordista, marcado pela forte intervenção estatal, valorização do trabalho estável, assalariado, e política de pleno emprego, é reconhecido como a válvula de escape da dinâmica de produção e acumulação capitalista.

Por atribuir ao poder “excessivo” dos sindicatos sobre as ações do Estado a razão da

crise, Hayek e seus seguidores diziam ser evidente a solução para tal desmonte econômico: “manter um Estado forte, sim, em sua capacidade de romper o poder dos sindicatos e no controle do dinheiro, mas parco em todos os gastos sociais e nas intervenções econômicas” (ANDERSON, 1995, p. 11).

E é justamente a Inglaterra, país do qual Harvey (1989) retrata o crescimento expressivo dos números de trabalhadores flexíveis, o primeiro centro do capitalismo avançado a pôr em prática o programa neoliberal, com a eleição do governo Thatcher em 1979. Endossando as constatações quantitativas de Harvey (1989) a respeito da flexibilização do trabalho na Inglaterra na década de 1980, Antunes (2009) descreve que a nova agenda conservadora do governo Thatcher, de fato, assentava-se nos seguintes pontos:

- 1) privatização de praticamente tudo o que havia sido mantido sob controle estatal no período trabalhista;
- 2) a redução e mesmo a extinção do capital produtivo estatal;
- 3) o desenvolvimento de uma legislação fortemente desregulamentadora das condições de trabalho e flexibilizadora dos direitos sociais ;
- 4) a aprovação, pelo Parlamento Conservador, de um conjunto de atos fortemente coibidores da atuação sindical, visando destruir desde a forte base fàbrica dos shop stewards até as formas mais estabelecidas do contratualismo entre capital, trabalho e Estado, expresso, por exemplo, nas negociações coletivas (ANTUNES, 2009, p. 68).

O receituário neoliberal, originado nas teses de Friedrich Von Hayek e Milton Friedman, depois de ter sido negligenciado durante o período exitoso do Estado de bem-estar é então, já nos anos 1980, colocado em prática também pelos Estados Unidos, com a eleição de Reagan em 1980; pela Alemanha com a vitória de Kohl em 1982, e pela Dinamarca, com o governo de Schluter, em 1983 (ANDERSON, 1995; POCHMANN, 2000).

Como resposta à incrível aderência ao neoliberalismo observou-se, abstraídas algumas especificidades de cada país, a redução dos impostos em favor das rendas mais altas, corte de gastos sociais, programas de privatizações, solapamento das ações sindicais, e por excelência, o aumento abrupto do desemprego (ANDERSON, 1995).

Depois dos países da OCDE – Organização Europeia para o Comércio e Desenvolvimento – e, posteriormente, os da Antiga União Soviética, tem-se na América Latina [...] a terceira grande cena de experimentações neoliberais. De acordo com Anderson, apesar de o Chile ter lançado mão de programas neoliberais já na década de 1970, sob o governo ditatorial de Pinochet, sendo o país pioneiro nas experiências neoliberais no mundo, seguido da Bolívia que se pautava no plano político formulado em 1985 por Jeffrey Sachs e executado pelo herdeiro do partido populista Victor Paz Estenssoro, essas duas experiências representam casos isolados na América Latina até os anos 1980.

A propósito, tem-se a presidência de Salinas, no México, em 1988, seguida da chegada ao poder de Menem, na Argentina, em 1989, da segunda presidência de Carlos Andrés Perez, no mesmo ano, na Venezuela, e da eleição de Fujimori, no Peru, em 1990. Assim como no Peru, no Brasil as investidas neoliberais se fazem mais concretas na década de 1990. De acordo com Pochmann (2000, p. 55), essa década marca a vitória do pragmatismo das medidas neoliberais por todo o continente.

Somente ao final dos anos 80, com substancial mudança nas condições internacionais – a partir de então mais satisfatórias ao reingresso voluntário de recursos externos às economias periféricas emergentes –, foram implantados novos programas de ajustes macroeconômicos, caracterizados por: abertura comercial, estabilização monetária ancorada no dólar, privatizações de empresas estatais e redução do Estado, desregulamentação do mercado financeiro, flexibilização do mercado de trabalho, entre outros. Estava aberta no início dos anos 90, uma outra alternativa para as economias latino-americanas de sentido completamente inverso ao que havia sido percorrido durante os anos 80 (POCHMANN, 2000, p. 55).

Sob a justificativa de ser o caminho mais rápido e eficiente para o ingresso no mercado de capitais e o acesso a recursos externos, as políticas liberalizantes, a reestruturação do processo produtivo e do mercado de trabalho, se por um lado trouxeram a alguns países o tão sonhado controle da inflação dos anos 1970, que caiu de 8,8% para 5,2% entre as décadas de 1970 e 1980 no conjunto dos países da OCDE; neste mesmo período fez com que a taxa de desemprego, efeito desejado pelo neoliberalismo, pelo menos duplicasse nos mesmos países, os quais apresentavam uma taxa de desemprego em torno de 4% na década de 1970 (ANDERSON, 1995)

Neste sentido, percebe-se o quão desestabilizante foram tais medidas para a classe trabalhadora que se vê a partir de então sujeita a uma realidade onde as certezas, o senso de coletividade, o poder de argumentação frente aos contratos de trabalho, veem-se claramente solapados pelo programa neoliberal.

Contudo, se de um lado o projeto neoliberal foi exitoso em seus objetivos de diminuir as taxas de inflação e restringir o poder de mobilização da classe trabalhadora, não logrou do mesmo sucesso em seu desejo de retomar o crescimento econômico mesmo com medidas tão radicais e de viés estritamente econômico. Fato observado por ANDERSON (1995, p. 15), ao constatar que, entre os anos 1970 e 80 não houve nenhuma mudança na taxa de crescimento, muito baixa nos países da OCDE. A razão deste paradoxo, segundo o autor, se deve ao fato de que,

Sem nenhuma dúvida, o fato de que – apesar de todas as novas condições institucionais criadas em favor do capital – a taxa de acumulação, ou seja, da efetiva inversão em um parque de equipamentos produtivos, não apenas não cresceu durante

os anos 80, como caiu em relação a seus níveis – já médios – dos anos 70. No conjunto dos países de capitalismo avançado, as cifras são de um incremento anual de 5,5% nos anos 60, de 3,6% nos anos 70, e nada mais do que 2,9% nos anos 80. Uma curva absolutamente descendente. (ANDERSON, 1995, p. 15/16).

Reforçando o argumento anterior, Pochmann (2000) aponta para a crescente valorização do capital financeiro em detrimento do investimento no capital produtivo, tendência do pós-1970. No Brasil, de acordo com o mesmo autor, o efeito paradoxal das reformas econômicas liberalizantes sobre o mercado de trabalho pode ser apreendido do movimento contrário entre o crescimento do PIB – Produto Interno Bruto e a oferta de trabalho, movimento este que, ao contrário do que vinha ocorrendo na década de 1980, culmina em 1996 em uma queda de 6,7% do emprego regular e regulamentado e com o aumento de 77,3% da taxa de procura por emprego, apesar do PIB ter registrado uma variação positivista durante os dezessete anos que antecedem a 1996.

Não tendo sido convertida na retomada do crescimento e na dinamização do capital, a adoção de políticas neoliberais, as quais reforçam o caráter financeiro do processo de acumulação capitalista em sua etapa flexível, cumpriram o ataque contundente a classe que vive do trabalho que passou a dispor de cada vez menos postos de trabalho dado aos traços de desindustrialização somada ao alto salto tecnológico e às transformações na organização do processo produtivo, que envolvem redução de hierarquias, novas configurações de gestão e de relações de trabalho. Como efeito destas transformações quantitativas e qualitativas tem-se a precarização do trabalho e os altos índices de desemprego (POCHMANN, 2000).

O desemprego, efeito de grande expressividade na etapa flexível de produção e acumulação capitalista, responde por ser um dos mecanismos que norteia as ações e estratégias individuais e coletivas tanto do lado da demanda, ou seja, dos empregadores, ou do lado da oferta, representado pelos trabalhadores.

A criação de um exército de reserva que, segundo o receituário neoliberal tem o poder de quebrar as ações dos sindicatos, e, por conseguinte oferecer condições mais favoráveis de exploração do trabalho e criação de riqueza é responsável por impulsionar o lado da oferta a criarem e lançarem mão de mecanismos de preservação e valorização de sua força-de-trabalho (ANDERSON, 1995). O que, no entanto, não encerra as desigualdades da negociação e do poder de decisão de cada um dos lados (OFFE, 1989).

Se somarmos ainda à desigualdade inerente a relação capital-trabalho, dado ao fato dos trabalhadores disporem tão somente de sua força-de-trabalho enquanto os capitalistas detêm os meios de produção, a tendente desvalorização da força de trabalho, agudizada com a

absorção do ideário neoliberal, temos então uma realidade em que as estratégias racionais de ambos os lados tendem a serem mais contundentes na dinâmica do mercado de trabalho.

Em sua observação sobre as especificidades do mercado de trabalho, Offe (1995, P. 25) afirma que uma estratégia de adaptação importante para os dois lados do mercado é se livrarem de suas respectivas dependências em relação ao outro lado, procurando encontrar fontes alternativas para a satisfação da necessidade em questão. Contudo, para o lado da oferta, esta estratégia de liberação se faz altamente difícil justamente pela expropriação das condições de auto-suficiência da produção agrícola e familiar. Ao passo que para o lado da demanda o simples uso de tecnologias mais avançadas ou mesmo de novas formas de gerência e organização do processo produtivo pode possibilitar processos de demissão em massa.

Nesse sentido, o próprio trabalho está sujeito a gerar o acirramento das ofertas de emprego, como salienta Pochmann.

O trabalho gera riqueza apropriada, em parte pelo capitalista. Sendo maior a capacidade de geração de riqueza pelo trabalho, maior também tende a ser o risco de criação de força de trabalho abundante, pois há tendência intrínseca ao desenvolvimento capitalista de ampliação dos meios de produção com menor uso da mão de obra (POCHMANN, 2000, p. 135).

E é justamente desta tendência a alta performance produtiva conciliada ao enxugamento do quadro de funcionários que se evidencia as peculiaridades do trabalhador da empresa flexível que se caracteriza por ser “polivalente” e “multifuncional”. A demanda por estas características do trabalhador estaria associada, segundo o mesmo autor, à *intensificação das condições de exploração da força de trabalho*,

[...] reduzindo muito ou eliminando tanto o trabalho improdutivo, que não cria valor, quanto suas formas assemelhadas, especialmente nas atividades de manutenção, acompanhamento e inspeção de qualidade, funções que passaram a ser diretamente incorporadas ao trabalhador produtivo. Reengenharia, team work, eliminação de postos de trabalho, aumento da produtividade, qualidade total, fazem parte do ideário (e da prática) cotidiana da “fábrica moderna” (ANTUNES, 2009, p. 55).

Nesse sentido, os trabalhadores teriam uma aparente e relativa liberdade, enquanto “semiautônomos”, ainda que submetidos à lógica da empresa. Por mais que soe contraditória tal relação de independência e submissão, antes mesmo do advento da empresa flexível, Schumpeter, um dos principais expoentes da literatura econômica, já indicará a necessidade de uma visão mais ampla sobre as possibilidades dos trabalhadores empreenderem no

desenvolvimento de suas atividades e o protagonismo das ações empreendedoras para o desenvolvimento econômico.

2.2 O empreendedorismo como colchão social

Em sua obra *Teoria do Desenvolvimento Econômico* (1997), que teve sua primeira publicação em 1911, Schumpeter elucida a diferença entre o modelo econômico estacionário e o modelo dinâmico de economia. O desenvolvimento dar-se-ia justamente através de mudanças espontâneas e descontínuas no canal do fluxo circular caracterizado pela sua tendência ao equilíbrio. Tais mudanças são oriundas, por excelência, da esfera produtiva e somente em caráter residual, da esfera do consumo. De modo que é o produtor o responsável por direcionar e atender as demandas que, em sua grande maioria, são criadas por ele próprio.

É o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar (SHUMPETER, 1997, p. 76).

No sentido proposto por Schumpeter, o desenvolvimento carece de novos impulsos e atitudes do produtor voltadas para a criação e a difusão de seus produtos e serviços. Neste caso seriam necessárias novas combinações no âmbito da produção que se associam aos seguintes casos:

1) Introdução de um novo bem — ou seja, um bem com que os consumidores ainda não estiverem familiarizados — ou de uma nova qualidade de um bem. 2) Introdução de um novo método de produção, ou seja, um método que ainda não tenha sido testado pela experiência no ramo próprio da indústria de transformação, que de modo algum precisa ser baseada numa descoberta cientificamente nova, e pode consistir também em nova maneira de manejar comercialmente uma mercadoria. 3) Abertura de um novo mercado, ou seja, de um mercado em que o ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha ainda entrado, quer esse mercado tenha existido antes, quer não. 4) Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semi-manufaturados, mais uma vez independentemente do fato de que essa fonte já existia ou teve que ser criada. 5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou a fragmentação de uma posição de monopólio (SCHUMPETER, 1997, P. 76).

As novas combinações seriam, nas palavras do autor, os empreendimentos e os empresários aqueles que estariam dispostos a realizá-los. O que chama a atenção nas análises de Schumpeter (1997), pelo menos, se comparado ao que poderíamos chamar de senso

comum, é a maneira, ao mesmo tempo ampla e restrita, com que ele conceitua a figura de empresário.

De acordo com Schumpeter, o conceito de empresário não se restringe aos homens que desempenham atividades independentes; de forma que os “empregados”, funcionários que desempenham funções pré-estabelecidas só precisariam incorporar novas combinações em suas atividades produtivas para estarem realizando empreendimentos no ambiente de trabalho e, por conseguinte, tornam-se empresários.

Seguindo a mesma lógica, àqueles que, por mais que desempenhem funções como as de dirigentes de empresas, gerentes ou industriais, mas que, no entanto, somente cumprem com as exigências estritas de suas funções, não poderíamos, se em consenso com o autor, atribuir o conceito de empresário.

Sob a luz das contribuições de Antunes (2009) no tópico anterior, denota-se que o conceito de empresário, trazido por Schumpeter (1997) coincide em grande medida com as constatações elucidativas da nova configuração de trabalho e de trabalhador características da etapa da pós-grande indústria ou, em outras palavras da empresa flexível. Do que se observa que o apelo empreendedor, seja apreendido de maneira ascética (SCHUMPETER, 1997) ou enquanto deflagração do egocentrismo do capital (ANTUNES, 2009), de fato se faz ser percebido como um fenômeno de grande influência na performance econômica, ainda que seus efeitos possam ser entendidos de maneiras distintas.

Quanto a isso, se nos atentarmos para as análises críticas dos efeitos das transformações requeridas ao trabalhador que se tornam cada vez mais “empresários” de suas próprias funções, funções que por sua vez se tornam cada vez mais imbuídas de combinações que objetivam o aumento da capacidade produtiva. É possível constatarmos que a demanda de funcionários cada vez mais multifuncionais e proativos contribui decisivamente para a expulsão de tantos outros indivíduos, que por isso se encontram a margem do mercado de trabalho.

Por outro lado, se partimos do ponto de vista de que a capacidade inventiva, empreendedora representa uma fonte potencial de criação de novos negócios e, por conseguinte, de novos postos de trabalho, então tendemos a convir que o empreendedorismo represente uma iminente possibilidade de enfrentamento do próprio desemprego. Desemprego que, por sua vez, pode representar o efeito da obsolescência e inoperância de empreendimentos diante da perda de condições de competitividade em relação aos novos empreendimentos, com novas combinações produtivas; o que não deixa de ser ponderado nas análises econômicas de Schumpeter, grande entusiasta dos empreendimentos.

[...] os novos empreendimentos eliminam completamente os estabelecimentos antigos ou então os forçam a restringir suas operações. Opondo-se ao desemprego assim causado, há seguramente a nova demanda de trabalho para a realização de novas combinações [...] A nova demanda de trabalho mencionada acima, que surge quando a prosperidade está em plena marcha, também perde importância pelo fato de que eventualmente cessa a demanda dos empresários pelo trabalho que criou os novos investimentos. Via de regra, o boom significa, afinal, um passo na direção da mecanização do processo produtivo e assim, necessariamente, uma diminuição do trabalho requerido por unidade de produto; e frequentemente, embora não necessariamente, implica também uma diminuição da quantidade de trabalho requerido na indústria em questão, a despeito da extensão da produção que ocorre (SCHUMPETER, 1997, p. 322/233).

Contudo, como acredita Schumpeter (1997), são justamente destas discontinuidades que se origina o desenvolvimento:

O novo desenvolvimento provém de condições diferentes e em parte da ação de pessoas diferentes; muitas esperanças e valores antigos são enterrados para sempre e surgem outros completamente novos [...] Uma crise seria então simplesmente o processo pelo qual a vida econômica se adapta a novas condições (SCHUMPETER, 1997, p. 205/206).

O paradoxo inerente à relação entre empreendedorismo e desemprego certamente nos renderíamos uma longa e profunda discussão sobre os aspectos econômicos, políticos e sociais que influenciam e confluem para os efeitos, sejam eles positivos, negativos ou oscilantes, desta relação intrínseca ao movimento capitalista. O que de fato pode ser facilmente verificado, ao menos em questões quantitativas, é a significativa taxa de desenvolvimento de atividades empreendedoras no Brasil, principalmente no momento de deflagração da crise do emprego.

Atualmente no Brasil, de acordo com a PNAD – Pesquisa Nacional de Amostra de domicílios realizada pelo IBGE, no primeiro trimestre de 2017, apenas 32% dos empregados no setor privado possuem registro formal, e 14% da população de 14 anos ou mais que constituem a força de trabalho no país se encontrava em situação de desocupada (SEBRAE, 2017).

De acordo com o relatório *O Empreendedorismo e o Mercado de Trabalho*, realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae (2017), paralelamente à queda do trabalho formal e o aumento do desemprego, os números apontam para um movimento crescente de indivíduos à frente de um empreendimento, como donos de negócio enquanto empregadores ou trabalhadores por conta própria.

O relatório, que analisa o movimento do trabalho e sua relação com o

empreendedorismo no Brasil considerando a conjuntura de crise econômica no país, que se instala a partir do segundo trimestre de 2014, revela que em 2016 a proporção de indivíduos caracterizados como donos de Negócio (empregadores + por conta própria) atinge a segunda maior taxa total de empreendedores de sua série histórica com o total de 36% da população ativa desenvolvendo atividades empreendedoras.

O empreendedorismo, nesse sentido agiria enquanto resposta aos efeitos negativos do mercado de trabalho ao observarmos que “[...] parte expressiva destes ingressou no próprio negócio por conta da falta de melhores oportunidades no mercado de trabalho” (SEBRAE, 2017, p. 25).

Abstraído o contexto de crise no país, salientado nas análises do relatório citado a cima, a tendência ao desemprego e a subocupação é percebida por vários estudiosos do movimento do trabalho na sociedade capitalista, dentre eles Anderson (1995); Antunes (2006); Harvey (1989), como um fenômeno inegável e característico da etapa da *acumulação flexível*. O que de fato não pode ser abstraído, se se quer entender os caminhos oferecidos à classe trabalhadora em resposta a crise do emprego, é o forte apelo ao empreendedorismo como o “colchão social” do emprego na crise (Sebrae, 2017).

Seja a crise estrutural ou conjuntural, o que não nos cabe discutir nesta ocasião, os números apresentados pelo Relatório Especial do Sebrae (2017) aponta para um cenário de sérias dificuldades sofridas pela classe trabalhadora frente a um período de forte recessão econômica que levou a uma série de implicações sobre o mercado de trabalho, sendo elas: a queda do nível de pessoas ocupadas; o aumento da taxa de desemprego; e a retração do valor do rendimento médio real dos trabalhadores e da massa total de salários da economia.

O caráter de urgência do ingresso da grande parte dos indivíduos em atividades empreendedoras, e que ratifica a constatação do crescimento do empreendedorismo enquanto efeito do desemprego, pode ser depreendido de que:

[...] em 2016, o Brasil apresentou a menor proporção de Empreendedores Iniciais por oportunidade (57%), ao contrário, por exemplo, dos Estados Unidos, país em que a proporção de oportunidade chegou a 88%. O Brasil também apresentou a menor proporção dos que afirmaram que seu produto é considerado “novo para todos” os clientes (8,1%). Na Itália, esta proporção chega a 30,6% e na Índia a 43,4%. O Brasil também é o que apresenta a menor proporção de empreendedores iniciais que tem clientes no exterior (só 1,7% tem) e a menor proporção de tecnologia com menos de 1 ano (0,6%). Finalmente, o Brasil só fica à frente do México e da Índia, quando se trata do valor médio investido pelos Empreendedores Iniciais (US\$ 1.401), contra, por exemplo, Itália e Alemanha, onde este valor chega a US\$ 32,9 mil e US\$ 43,4 mil (SEBRAE, 2017, p. 9/10).

Os fatores apontados traduzem a baixa capacidade de inovação, o baixo investimento inicial que caracterizam grande parte dos empreendimentos no Brasil. E principalmente, ao contrário do que se poderia crer, o fato de significativa parcela de tais atividades estarem relacionadas às necessidades e não as oportunidades vislumbradas ao se abrir um negócio ou trabalhar por conta própria.

Em observância com as constatações sobre o perfil dos empreendimentos no Brasil, o empreendimento em “vendas diretas”, e, por conseguinte, o empreendimento em “marketing multinível” (MMN), nosso objeto de pesquisa, é caracterizado justamente por ser de baixo investimento inicial e dispensar a obrigatoriedade de inovações, já que se trata somente da distribuição de produtos, na maioria das vezes já conhecidos pela grande maioria dos consumidores, sem a necessidade de uma loja física e com uma logística já organizada e oferecida pela empresa que disponibiliza os produtos para os revendedores.

Restam-nos os questionamentos do que estaria motivando as pessoas a ingressarem neste tipo de atividade em especial, e seus principais anseios e dificuldades, e se de fato, os relatos dos revendedores refletem os argumentos reiterados em defesa do MMN como o *Negócio do Século XXI*.

III O NEGÓCIO DO MARKETING MULTINÍVEL: ENTRE A TEORIA E A EMPIRIA

3.1 O sistema de vendas diretas

O Marketing Multinível se inscreve em uma configuração de comercialização de bens e serviços denominada *venda direta* que parte, por excelência da prática de venda pautada no contato direto entre vendedor e consumidor. Nesta atividade são dispensados a existência de uma loja física e de horários de atendimentos fixos, sendo comum a venda a domicílio.

Nesse sentido a sensibilidade, criatividade e a perspicácia do vendedor em perceber o melhor momento, e a melhor forma de abordagem são primordiais para o sucesso no negócio. E é justamente este *feeling* que caracteriza a origem e o caráter inovador dessa forma de venda.

De acordo com Almeida (2007), os primeiros registros oficiais sobre a venda direta datam do final da do século XVIII, com as vendas a domicílio das coleções da editora Enciclopédia Britânica. Porém o que de fato marca o caráter inovador das vendas diretas é,

quando em 1886, o americano vendedor de livros McConnell, por uma sugestão de sua esposa, resolve oferecer um perfume de brinde a cada livro vendido.

MacConnell escreve que, ao longo do desenvolvimento do negócio, a astúcia do vendedor o faz perceber que as pessoas se mostravam mais interessadas pelo perfume do que pelos livros. Ao apreender os resultados de sua aposta, David decide vender cosméticos de porta em porta, atendendo principalmente às pessoas que não tinham acesso às lojas do centro urbano. A forte adesão dos consumidores leva McConnell, em 1887, a fundar a Perfumes Califórnia, contando com uma equipe de doze mulheres responsáveis por comercializar os produtos diretamente com os consumidores. (ALMEIDA, 2007)

Em 1939 a Perfumes Califórnia já tinha distribuidores em 40 estados americanos, quando teve seu nome mudado para *Avon*, uma das mais consagradas empresas de vendas diretas do mundo.

Concomitante ao sucesso da empresa americana, no Japão o pesquisador Minoru Shirota, frente a um surto de infecções intestinais, desenvolve a *Lactobacillus casei Shirota* capaz de inibir bactérias nocivas e equilibrar a flora intestinal. A criação deu origem ao leite fermentado, que na década de 1930 era comercializado através da entrega domiciliar (ALMEIDA, 2007).

O sucesso neste seguimento de vendas foi seguido por outras empresas que representam ícones dos mais variados ramos de produtos e serviços, dentre elas se destacam a linha de utensílios domésticos *Tupperware*, criada pelo engenheiro americano Earl Tupper em 1946 frente à demanda por praticidade nas atividades do lar, considerando o contexto de aumento vertiginoso da inserção da mulher no mercado de trabalho.

Em 1959 o forte apelo ao consumo do pós-guerra como forma de recuperar [...] os sonhos soterrados nos campos de batalha. (ALMEIDA, 2007) levam os empreendedores Jay Van Andel e Rich DeVos a desenvolverem um método de oferecer aos vendedores condições para criação de suas próprias redes de distribuição de bens e serviços. Assim surge a *Amway*. Posteriormente, tem-se a criação da linha de produtos cosméticos originada em 1963 pela americana Mary Kay Ash que tem seu nome difundido mundialmente através de seus produtos.

De acordo com a mesma autora, no ano de 1942 tem-se no Brasil a primeira manifestação do desenvolvimento da atividade de vendas diretas realizada pela *Hermes*. A empresa brasileira inaugura a atividade no país através do reembolso postal. A comercialização era, inicialmente, de relógios importados da Suíça.

O surgimento da Hermes foi oportunizado por dois fatores, abertura do país ao consumo de bens e serviços nos últimos anos da década de 1930 frente a um processo de industrialização que contava com a construção de portos, ferrovias e outras obras de infraestrutura, e pela falta de oferta de produtos de alta qualidade, não obstante tivessem pessoas com capacidade de adquirir tais produtos. (ALMEIDA, 2007)

A década de 1980 registra um dos marcos para as vendas diretas no Brasil com a fundação da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas – ABEVD, a entidade sem fins lucrativos cumpre o objetivo de promover e desenvolver a venda direta no Brasil (ABVED).

Atualmente, de acordo com a ABEVD, em 2016 os negócios neste ramo movimentaram o montante de 45,7 bilhões de reais no Brasil, e envolveram 4,3 milhões de empreendedores. Os números expressam a forte adesão dos brasileiros ao negócio que atualmente conta com 75 empresas dos mais variados setores (ABEVD, 2017).

Se a venda direta, por si só, representa uma fonte potencial de geração de renda e desenvolvimento econômico, esta atividade empreendedora ganha ainda mais relevo aos olhos empreendedores com a possibilidade de se trabalhar sob o regime do Marketing Multinível.

O desenvolvimento desta nova configuração de bonificações dentro das vendas diretas na década de 1940 representou uma evolução em relação ao até então usual Marketing Mononível, sistema no qual o revendedor adquire o produto diretamente na fábrica e o repassa ao consumidor com uma margem de lucro de em média 30%.

3.2 O Evolucionário Marketing Multinível

A saga evolucionária do Marketing Multinível, também chamado de Marketing de Rede, surge no cenário das vendas diretas através das concepções do médico, químico e industrial, Dr. Carl Rehnberg a partir de 1941 (ARAGÃO, 2009). De acordo com o mesmo autor, o médico americano, que se dedicava ao estudo da nutrição, desenvolve um suplemento de vitaminas e minerais fundando sua empresa, que em 1939, recebe o nome definitivo de Mutrilite products Inc.

Já adotando as vendas diretas na comercialização de seus produtos, Carl Rehnberg vislumbrou outra possibilidade de atrair novos distribuidores e aumentar sua rede de consumidores, fazendo originar o Marketing Multinível. O desenvolvimento dessa nova modalidade de bonificações é defendida como um avanço no ramo das vendas diretas, pois como salienta (ARAGÃO, 2009, p. 35/36):

Além de ganhar bônus com as pessoas cadastradas diretamente, o que já era conhecido na época, Dr. Carl foi muito mais além. O seu distribuidor passou a ganhar bônus também com as pessoas que seus diretos traziam para a empresa, o que foi uma revolução completa na época. Isso gerou uma remuneração maior, porque atingia vários níveis advindo daí o termo multinível. Até então só existia o sistema mononível, onde você só ganhava com as pessoas diretamente ligadas a você.

O modelo de bonificação desenvolvido pelo Dr. Carl Rehnberg é copiado por outras empresas americanas ao longo da década de 50. O sucesso do negócio só é ameaçado quando, na década de 60, surgem denúncias de supostos esquemas de pirâmides financeiras disfarçados de empresas de MMM. De acordo com a Associação Brasileira de Vendas Diretas – ABVED, as pirâmides financeiras são esquemas fraudulentos em que os ganhos não se relacionam à comercialização de produtos ou serviços, os quais nesse caso não têm valor comercial, mas são estritamente proporcionais ao cadastramento de novas pessoas.

A diferenciação legal entre MMN e o esquema de pirâmides financeiras se dá em 1979 com a declaração da Suprema Corte Americana favorável ao Marketing Multinível como sistema legal de comercialização.

De acordo com Braga (2002) em sua etapa inicial o marketing de rede, se destacava muito pouco da configuração tradicional de venda direta, no entanto, com o tempo esta distinção foi se delineando cada vez mais não somente quanto aos planos de bonificação, mas também em relação a uma filosofia própria de negócios.

As postulações de Kiyosaki (2012), autor de uma das mais célebres obras sobre MMN, legitimam o posicionamento de Braga (2002) explicitado a cima. De acordo com o autor de *O Negócio do Século XXI*, a própria essência do MMN propõe uma mudança radical em relação a crença difundida pelas vendas diretas. Isso porque no MMN o protagonismo da venda dos produtos cede lugar à formação de uma rede de distribuidores cada vez maior como garantia de ganhos crescentes.

Segundo o autor:

O maior equívoco popular sobre o marketing de rede é que é um negócio de venda. Mas vender é apenas ganhar mais renda. O problema é que, se você para a atividade, a renda também para. [...] No marketing de rede, o objetivo não é vender um produto, mas construir uma rede, um exército de pessoas em que todas estão representando o mesmo produto ou serviço, com o objetivo de compartilhar com outros. O objetivo não é você ou qualquer outra pessoa vender um monte daquele produto, mas muitas pessoas sendo seus próprios melhores clientes, vendendo e atendendo a um número razoável de clientes e recrutando e mostrando a muitas outras pessoas como fazer o mesmo. (idem p. 49/50)

Nesse sentido, A defesa do MMN como um negócio altamente promissor estaria justamente ligada ao fato dele estar conceitualmente dissociado do trabalho árduo. Já que uma vez consolidada sua rede, o distribuidor passa a valer-se de uma fonte auto-sustentável de rendimentos. A respeito, (WORRE, 2014, p. 63) define a fórmula do sucesso no MMN como sendo a [...] habilidade de fazer com que um grande grupo de pessoas faça coisas simples, de maneira consistente, por um longo período de tempo.

Como se depreende, ainda que haja uma articulação em torno da distribuição dos produtos e serviços, o que conceitualmente o diferencia do esquema de pirâmides, a grande aposta do MMN é no poder da rede. Isso porque uma rede de distribuidores é uma fonte de renda escalável, duplicável (KIYOSAKI, 2012)

A capacidade de duplicação da rede depende dos aparatos informacionais responsáveis pelo compartilhamento e difusão do MMN a partir da década de 80. De acordo com Braga (2002), esse período marca uma etapa de grande evolução do marketing de rede oportunizado pelo avanço tecnológico que contribuiu com dois fatores imprescindíveis ao desenvolvimento do negócio, sendo eles:

[...] o avanço das telecomunicações e da informática que “diminuiu as distâncias”, possibilitou o processamento de cálculos complexos e o controle de grupos imensos e de uma massa enorme de dados viabilizando a abertura de várias empresas; e a solidificação da mentalidade empresarial de “home business” (negócios feitos em casa) que despertou o interesse de um número maior de pessoas (BRAGA, 2002, p. 8).

Nas palavras de Kiyosaki (2012), o aparato tecnológico tem possibilitado que o marketing de rede mostre todo seu potencial democrático e escalável ao dispensar que as pessoas detenham habilidades especializadas para que tenham êxito ao se envolverem com o negócio. O autor ainda chama a atenção para o fato de tais habilidades serem pouco duplicáveis e por isso pouco interessantes para as empresas de Marketing de rede.

O fato de não ser um orador hábil, por exemplo, não representa um empecilho ao sucesso no negócio, já que a utilização de instrumentos como CDs, DVDs e mídia on-line na operacionalização das apresentações dos planos de bonificações das empresas e dos produtos oferecidos ao revendedor é uma fonte de duplicação muito mais eficaz. (KIYOSAKI, 2012; WORRE, 2014).

Longe se vão os dias de carregar consigo uma mala pesada de produtos para amostra, estabelecer uma loja de varejo em sua sala de estar ou ter de memorizar longas listas de características do produto e de estatísticas financeiras. Este é o século XXI. No marketing de redes atual, as ferramentas fazem isso tudo. Seu

trabalho é conectar e convidar (KIYOSAKI, 2012, p. 79).

No sistema de MMN a apresentação do produto e/ou da oportunidade de entrar no negócio é considerada um dos pontos-chave para o sucesso no negócio. De acordo com (WORRE, 2014) a apresentação geralmente acontece em reuniões particulares ou em grupo, em uma apresentação caseira, através de uma conferência online, ou em algum evento realizado pela empresa.

A possibilidade de ganhos crescentes oportunizada pelo desenvolvimento do conceito de rede no MMN tem evidenciado as vendas diretas como uma notável oportunidade de geração de renda. Não obstante seja este o grande aspecto inovador deste ramo de vendas, o baixo investimento inicial e a flexibilidade dos horários e da forma de trabalho (ABVED) somam ainda à defesa das vendas diretas como um a forma de empreendimento que se destaca.

O trabalho em MMN ainda conta com outro argumento fortemente reiterado pelo discurso empreendedor, argumento este que se refere ao potencial de desenvolvimento pessoal oportunizado por esta modalidade de negócio. (KIYOSAKI, WORRE, 2014).

Do sentido defendido pelos autores, depreende-se que o sucesso do profissional de MMN depende não somente de atitudes, mas de uma decisão pessoal de romper com o ideal obsoleto do emprego tradicional. Esta decisão requer deste profissional saber lidar com a perda da estima social (WORRE, 2014) causada ela incompreensão de pessoas que não vislumbram as mesmas possibilidades com o negócio, e demanda também que o profissional supere suas próprias incertezas.

Nas palavras de Kiyosaki (2012, p. 61), o marketing de rede dá a você a oportunidade de enfrentar seus medos, lidar com eles, superá-los e trazer à tona o vencedor que vive dentro de você.

Em síntese não seria arbitrário dizer que, na percepção dos autores citados anteriormente, haveria um processo inevitável que vai da superação de paradigmas a tão almejada liberdade financeira atrelada ao desenvolvimento pessoal.

O crescimento pessoal propiciado pelo MMN, na concepção de Worre (2014), envolve a possibilidade de construir uma carreira sólida e duradoura com um dispêndio relativamente baixo de recursos e tempo, fazer amizades com pessoas que realmente compartilham dos mesmos ideais que os seus, conhecer novos lugares, além de desenvolver habilidades não só para os negócios, mas para a vida.

Quanto mais nos aprofundamos no conhecimento do conceito de MMN, é possível

depreender que este negócio ultrapassa a uma simples configuração de bonificações que consiste somente em uma vertente das vendas diretas.

Na verdade, ainda que a incursão no tema tenha sido demasiada incipiente diante da variedade de argumentos suscitados pelos autores que se dedicam a difusão do negócio, as exposições trazidas a cima servem de pano de fundo para nossa tentativa de entender a repercussão de tais conceitos nas práticas das pessoas, tentativa na qual outras questões relativas ao trabalho no MMN foram-nos apresentadas.

3.3 O perfil dos entrevistados

Nossa pesquisa contou com dez entrevistados ao total com idades entre 24 e 38 anos, sendo que oito destes residem na cidade de Bocaiúva-MG e os outros dois na cidade vizinha Montes Claros- MG. As cidades situadas ao norte de Minas Gerais têm assistido a difusão do negócio em Marketing Multinível, que de acordo com os relatos de nossos entrevistados, esta sendo difundido e absorvido pelas pessoas cada vez mais. Até mesmo em cidades longe das grandes metrópoles, graças aos aparatos tecnológicos.

Dentre os entrevistados temos três mulheres e sete homens. Deste grupo, seis pessoas estão ativas no negócio, as outras quatro não desempenham mais a atividade.

No grupo de nossos entrevistados temos representantes de três empresas distintas, as empresas A e B trabalham com a produção e comercialização de produtos da linha de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal, e a empresa C além de oferecer produtos de sua própria marca trabalha também com a comercialização de eletrônicos, cosméticos e utensílios domésticos fabricados por outras empresas.

No decorrer das entrevistas nos foi possível uma divisão conceitual, bastante genérica, diga-se de passagem, de dois perfis distintos, mas que, contudo nos parece complementares ao desenvolvimento da atividade do MMN.

Segundo nossa apreensão, parcial, é claro, o primeiro perfil diz respeito aos “*vendedores natos*”, os quais apresentam fortes habilidades para vendas por serem pessoas comunicativas, predispostas a agradarem e atenderem o cliente satisfatoriamente sendo a distribuição dos produtos e o bônus ganhado pela porcentagem da revenda o foco principal dessas pessoas, enquanto que o recrutamento de novos revendedores representa um interesse secundário.

O segundo perfil refere-se aos “*líderes em potencial*” que são pessoas que entram no negócio com o intuito maior de trabalhar na divulgação do plano de bonificações a fim

potencializarem suas redes trazendo pessoas para a empresa e, por conseguinte serem remunerados por patrocinarem outros distribuidores independentes.

Apesar de, em um primeiro momento terem desempenhado ou estarem ainda em um estágio em que tenham que desempenhar a atividade da venda direta dos produtos paralelamente a atividade de cadastramento de novos distribuidores, a grande aspiração destas pessoas é se tornarem líderes de seus grupos, motivando outras pessoas e ensinando-as técnicas que as possibilitem vender mais e trazer novas pessoas para o negócio.

Sumariamente, poderíamos dizer que das seis pessoas que quando da entrevista trabalhavam com MMN, três se encaixam em nossa conceituação de “*líderes em potencial*” que são os entrevistados nº 1, nº 4 e nº 5. No grupo das pessoas que saíram do negócio apenas o entrevistado nº 9 diz ter entrado com o objetivo de se tornar um gestor de MMN e desenvolvido o negócio nesse sentido.

Dentre os seis entrevistados restantes, cinco se encaixam no perfil de “*vendedores natos*” sendo eles os entrevistados nº 2, nº 7, nº 8, nº 10, e nº 6 este último já não estando mais no negócio. Já quanto ao entrevistado nº 3, optamos por não definirmos sua posição em nosso quadro conceitual, pois, apesar de desenvolver a atividade estrita de venda dos produtos na época da pesquisa, apresentava forte propensão e desejo de em um futuro breve começar a trabalhar com o cadastramento de novos distribuidores.

As análises das informações prestadas por nossos entrevistados nos permitiram evidenciar certa relação entre o perfil de profissional de MMN apreendido durante o desenvolvimento da pesquisa e as experiências dessas pessoas antes do seu contato com o negócio. O que pode ser depreendido pelo fato de que todas as quatro pessoas que se encaixam no grupo dos “*vendedores natos*” e que se encontravam ativas no negócio já terem desempenhado a atividade de vendas enquanto autônomos ou empregados.

Além disso, três dos quatro entrevistados ativos ou inativos no negócio, que compõem o quadro dos “*líderes em potencial*” já exerceram alguma atividade de administração e/ou gerência ou ainda a exercem em concomitância com o negócio do MMN.

Dentre nosso grupo de “*líderes em potencial*”, o entrevistado nº 5 se destaca por, ao contrário dos outros entrevistados que desempenham um trabalho paralelo à atividade de MMN, trabalhar somente com o treinamento de novos distribuidores e com a divulgação do plano da empresa. Isso graças ao desenvolvimento de sua própria rede de distribuidores que segundo o mesmo, na época da entrevista contava com 1.500 pessoas.

Longe de apresentar um caráter conclusivo e generalizante sobre as manifestações do trabalho em MMN, as contribuições trazidas por nossos entrevistados, contudo, nos

possibilitaram a reflexão de vários aspectos e perspectivas em relação ao negócio.

Nesse sentido, apesar de apresentar uma filosofia própria e, abstraídas as especificidades de cada empresa, universal, os relatos dos envolvidos nessa atividade demonstram as diferentes formas de absorção do ideal empreendedor e da crença no MMN as quais se manifestam muitas vezes, nas entrelinhas de um discurso pronto e reproduzido mecanicamente.

3.4 A filosofia na prática

A promessa de renda proporcional ao desempenho e a flexibilidade de horários são os fatores que representam quase unanimidade dentre os motivos de entrar no negócio do Marketing Multinível segundo os relatos dos nossos entrevistados. Apenas um deles diz ter sido convencido pela “*insistência de um amigo*”, entrevistado nº 6. No entanto, todas as pessoas as quais compartilharam suas experiências nos relataram terem sido convidadas por amigos próximos em situações cotidianas o que nos faz crer em um desenvolvimento em cadeia baseado em relações de proximidade e confiança.

Contudo, a pretensa “naturalidade” com a qual depreende-se terem sido abordados nossos entrevistados ao serem convidados a entrarem no negócio, é percebida nas prescrições de Worre (2014) como um dos pontos fundamentais no processo de contatar novos candidatos para comporem e potencializarem a rede. O autor chega a dizer que nesse negócio os profissionais se relacionam de propósito.

A capacidade de relacionamento e principalmente o ciclo de amizades e de convivência em geral do profissional de MMN foram apontados por nossos entrevistados como alguns dos aspectos de maior influência para o êxito no negócio.

E, em uma percepção distinta das orientações de Worre (2014) as quais passam o entendimento de que um grupo de contatos pode ser algo facilmente construído, na percepção de alguns de nossos entrevistados, encontrar prospectos depende muito do acesso a priori a determinados grupos sociais que são considerados “contatos quentes”, que seriam pessoas que apresentam habilidades ou predisposição e condições para ingressarem no negócio.

“É bom que você esteja na elite” (Entrevistado, nº 9).

O entrevistado nº 9 situa-se em nosso quadro explicativo, no perfil de líder em potencial. Durante os seis meses nos quais desenvolveu a atividade de MMN cadastrou quatro

pessoas já nos primeiros 15 dias. E apesar de não apresentar dificuldade para vender o primeiro kit adquirido, se manteve no negócio apenas adquirindo produtos para uso pessoal, o que mostra seu desinteresse pelas vendas.

O mesmo, não detinha nenhuma experiência com vendas, tendo trabalhado até então na parte administrativa de uma farmácia. Seu interesse pelo negócio partiu da oportunidade de crescimento financeiro rápido e, segundo suas palavras, “*com pouco trabalho*”. Contudo, com o tempo foi percebendo que a realização da promessa de ganhos rápidos dependia de um conjunto de fatores e não estritamente da dedicação do profissional. Sua fala a cima em destaque demonstra sua percepção de que o status social do indivíduo influi em seu desenvolvimento no negócio. O entrevistado diz ainda ter interesse em montar o próprio negócio, contudo, quando do momento da entrevista, ele trabalhava formalmente como representante comercial.

O acesso a certos grupos enquanto fator relevante para o trabalho em MMN, também fica evidente na fala da nossa entrevistada nº 10, segundo a qual:

“Conhecer as pessoas certas faz muita diferença. Eu não conhecia ninguém que quisesse entrar, às vezes a pessoa até queria, mas não tinha o dinheiro para adquirir o kit” [referindo-se ao kit de produtos adquiridos pelo distribuidor para a revenda]

Tendo também saído do negócio, compelida pela dificuldade em cadastrar novos distribuidores, a entrevistada nº 10 diz ter conseguido desenvolver bem a atividade de venda durante os quatro meses em que trabalhou com MMN, contudo, sentiu-se frustrada com a resistência das pessoas em ouvir a proposta do plano de negócios da empresa.

Mesmo tendo experiência com vendas, a vendedora, que trabalha formalmente em uma loja de artigos infantis, diz ter se surpreendido pela especificidade das vendas diretas, já que segundo ela este tipo de comercialização demanda muita dedicação e “*cara de pau do vendedor*” (Entrevistada nº 10).

A afirmativa da entrevistada é justificada pelo fato de que, segundo ela, o vendedor neste ramo se aproveita de qualquer oportunidade para oferecer seu produto. Se aproveitando ao máximo também de sua lista de contatos ou até mesmo do contato com pessoas não tão próximas.

Nesse sentido também é atribuído valor a percepção de que o acesso do distribuidor a grupos com interesse, ainda que em potencial, no negócio representa fator de influência e até mesmo de permanência no negócio. O que se depreende da fala do entrevistado nº 7.

“Quem consegue viver só disso, [refere-se às pessoas que só trabalham com a divulgação do plano da empresa e com a potencialização da rede graças ao cadastramento direto e indireto de novos distribuidores] é porque já tinha os contatos quentes” (Entrevistado, n° 7).

Apesar de considerar a condição que antecede ao desenvolvimento do negócio como potencialmente relevante para o desempenho no MMN, e o recrutamento de novos distribuidores a forma de ganho mais rentável, o próprio entrevistado n° 7, mesmo após expor sua dificuldade em encontrar pessoas interessadas em entrarem no negócio, justifica sua falta de êxito no negócio de MMN pela falta de tempo para dedicar-se as vendas e para aprender as habilidades de divulgação do plano de bonificações da empresa.

“Eu precisava de mais tempo para aprender a explicar o plano para as pessoas. Faltou tempo, senão hoje eu estaria mexendo só com isso” [referindo-se às vendas e ao cadastramento de pessoas]. (Entrevistado, n° 7).

De acordo com o entrevistado n° 7 o motivo de sua saída do negócio, após dois anos desenvolvendo a atividade em MMN, foi ter se afastado das vendas pelo fato de ter que prestar auxílio a seu pai que se encontrava doente. Diante da impossibilidade atender à demanda do problema pessoal, e conciliar o trabalho formal como auxiliar administrativo em um supermercado, o entrevistado diz ter sido “obrigado” a parar com seu negócio em MMN.

Considerando a promessa de auto-sustentabilidade do negócio em MMN, a falta de tempo alegada pelo entrevistado, certamente não culminaria em sua saída do negócio se o mesmo dispusesse de sua própria rede de distribuidores com os quais compartilhasse dos bônus da venda de produtos e do cadastramento de novos revendedores. O que não reflete a percepção do entrevistado, o qual atribui totalmente às circunstâncias de âmbito pessoal o seu não prosseguimento no negócio.

A indisponibilidade de tempo foi fator de unanimidade entre os motivos que levaram nossos entrevistados inativos a abandonarem o negócio. O que soa aparentemente estranho pelo fato de ser justamente um negócio conceitualmente pautado na flexibilidade de horários. O que indica a atribuição da responsabilidade do sucesso no negócio a fatores pessoais em detrimento de uma visão clara das condições exógenas de mercado e de aspectos que não puderam ser compensados pela dedicação dos empreendedores.

Tal atribuição da responsabilidade do êxito ou fracasso no negócio à dedicação do

revendedor é observada na fala da entrevistada n° 8 de que:

“O diferencial de quem chega ao topo é que essas pessoas não desistiram.”

A fala a cima é de uma funcionária pública que, paralelamente a atividade formal, desenvolve o negócio em MMN a três anos. Ao se referir as pessoas que “chegam ao topo”, a entrevistada diz respeito à aquelas pessoas que no ápice de seus desenvolvimentos dentro do negócio, têm a possibilidade de livrar-se do trabalho em vendas e em cadastramento e dedicar-se ao gerenciamento e ao treinamento de novos distribuidores e ganhar ilimitadamente pelo desempenho de seus *downlines*, que são aquelas pessoas que se encontram hierarquicamente abaixo de você na cadeia da empresa.

A funcionária pública é efetiva do quadro de funcionários da prefeitura de sua cidade, e conta que sempre desenvolveu a atividade de vendas diretas, paralelo a seu emprego formal. Inclusive em concomitância com o negócio de MMN, a entrevistada diz também vender outros produtos que ela mesma compra diretamente das fábricas para revenda, afirmando gostar de trabalhar como “*sacoleira*” (Entrevistada n° 8).

A entrevistada expõe ainda que, apesar de a persistência na realização do sonho ser o fator primordial para o sucesso no MMN, o revendedor “*tem que ter o pé no chão, e saber que você só vai ganhar se trabalhar e fazer sacrifícios*”.

A tendência a uma noção do sucesso baseado estritamente no mérito dos profissionais absorvida pelas pessoas que desempenham a atividade de MMN é reiterada várias vezes pelas falas dos entrevistados. Um deles, ao justificar seu interesse pelo negócio diz que:

“O mercado tradicional é muito injusto. Você morre de trabalhar e seu colega de trabalho que faz corpo mole recebe o mesmo salário que você. Aqui [referindo-se ao MMN] não, você ganha por produção e não por horas trabalhadas.” (Entrevistado, n° 5).

Tendo trabalhado vários anos em um supermercado da sua cidade natal, trabalho ao qual diz ter se dedicado muito além do o que era predeterminado por sua função, o entrevistado n° 4, insatisfeito com a situação de não reconhecimento financeiro e pessoal de seu esforço, afirma ter visto no MMN uma filosofia de trabalho muito mais equitativa e rentável em relação a outras formas de trabalho nas quais o mérito do profissional não é levado em consideração.

Quando da ocasião da entrevista, o entrevistado n° 4 tinha chegado a um dos

patamares de alto escalão na hierarquia da empresa a qual representa, ganhando cerca de R\$ 22.000 mensais realizando estritamente a atividade de gerência e treinamento de novos distribuidores que envolve a realização de workshops e palestras em eventos aos quais ele é convidado a contar sua experiência de ascensão financeira e pessoal possibilitada pelo modelo de negócio do MMN, “que reconhece e recompensa o profissional de acordo com seu mérito”. Entrevistado nº 5.

A filosofia meritocrática percebida nas concepções de nossos entrevistados é postulada pelas obras que servem de referência a defesa do MMN apresentado como um negócio evolucionário e, sobretudo democrático. Isso porque além de ser acessível a pessoas com os perfis dos mais variados, já que, como argumenta Kiyosaki (2012) não exige que você tenha um background comercial ou que você seja um grande vendedor, você é valorizado e remunerado proporcionalmente a seu desempenho e com ampla possibilidade de ascensão financeira e desenvolvimento pessoal.

Para isso a grande chave é sua dedicação e disposição para aprender. Você é a grande variável todos têm o mesmo produto e o mesmo plano de compensação, mas você fará a diferença entre o sucesso e o fracasso (WORRE, 2014, p.46).

As possibilidades inauguradas pelo conceito de MMN vão ao sentido de uma visão mais ampla de empreendimento, que transcende a relação estrita de oferta e compra de um produto. Na verdade, o produto em si não representaria o cerne do desenvolvimento da filosofia do negócio. O que de fato faz com que o MMN se diferencie e sobressaia em relação a outros empreendimentos é sua pretensa capacidade de promover a difusão de ensinamentos e aprendizados.

“Essa é a grande diferença desse negócio. Ele não te dá o peixe, mas te ensina a pescar” (Entrevistado nº 1).

A crença no potencial pedagógico da filosofia do MMN tal qual percebida na fala do entrevistado nº 1 reflete sua absorção do conceito do negócio que fez o engenheiro que trabalha formalmente em um escritório de um amigo, e que antes nunca havia desenvolvido nenhuma atividade de venda, apostar no negócio como a possibilidade de realização do sonho de se tornar um empreendedor.

Para isso, o entrevistado nº 1 que, quando no momento da entrevista, desenvolvia a atividade de MMN a seis meses, reconhece a necessidade de pelo menos em um primeiro momento de sua escalada no negócio, dedicar-se à vendas dos produtos, para que as “pessoas

conheçam os produtos e se convençam de que a empresa é de confiança e acreditem no negócio, que é o foco maior” (Entrevistado nº 1).

O caráter secundário dos produtos confirma-se nos relatos de nossos entrevistados. Dentre eles, apenas dois conheciam os produtos oferecidos pelas empresas antes do momento da apresentação da proposta.

Contudo, a falta de um conhecimento aprofundado sobre a aceitação e a demanda pelos produtos não representou um empecilho à decisão de apostar no negócio. Foi comum nesse ponto da entrevista alguns dos entrevistados justificarem a desnecessidade de uma espécie de análise de mercado diante da qualidade inegável dos produtos, sendo a maioria deles de uso popular.

“Não tem erro, quem não usa um hidratante, um creme dental, e que mulher não usa um batom?” (Entrevistada nº 2, empresa B).

A aceitação dos produtos parece clara para entrevistada nº 2 a qual desenvolve exclusivamente a atividade de MMN a dois anos, e detém vasta experiência com vendas diretas e com comércio de modo geral. Segundo a mesma, o negócio deu a ela a oportunidade de realização profissional e pessoal. Nesse sentido ela diz que *“todos me conhecem pelos meus produtos”* (Entrevistada nº 2).

Até mesmo os distribuidores independentes representantes da empresa C caracterizada por oferecer também produtos mais sofisticados, se disseram convencidos da aceitação dos produtos desde o momento em lhes foi apresentada a proposta.

“Nossos produtos são muito bons. É coisa diferenciada. Qualquer pessoa que pensa vê que são melhores do que a maioria que está aí no mercado”. (Entrevistado nº 1).

A simples constatação de que a grande maioria de nossos entrevistados não conhecia os produtos antes de ser apresentada à proposta do MMN subtrai uma importante variável quanto à decisão dessas pessoas em ingressarem no negócio. Ao observarmos os relatos percebemos também uma relação direta entre os perfis dos revendedores e os fatores que mais os chamaram a atenção no momento em que foram convidados a empreenderem no MMN.

Os distribuidores que se encaixam no perfil de *“vendedores natos”* logo vislumbraram nos produtos uma oportunidade de ganho. Já os que compõem o grupo dos *“líderes em potencial”* dizem terem considerado o plano de bonificações e a possibilidade do

desenvolvimento de uma carreira dentro da empresa os fatores mais atrativos da proposta. O contraste entre os dois perfis pode ser ilustrado pelas falas dos entrevistados a baixo:

“A primeira vez que vi os produtos já cresci os olhos, vi que tinha saída, que seria bom de vender e daria pra ganhar algum dinheiro com a porcentagem de lucro” (Entrevistada n° 10).

“A proposta é muito boa, em que outro negócio você tem a chance de se tornar um líder em tão pouco tempo?” (Entrevistado n° 1).

O desenvolvimento pessoal muitas vezes reiterado pelos entusiastas do MMN é também apregoado por nossos entrevistados em várias ocasiões como sendo o aspecto inovador do MMN em relação ao próprio sistema de vendas diretas. Como pode se depreender da exposição do entrevistado n° 4:

“Nós não somos simples tiradores de pedidos. Somos profissionais.”

A fala a cima é de um administrador de empresas que trabalha formalmente na loja de autopeças da família e que, paralelamente, desenvolve a atividade de MMN a pouco mais de dois anos. Sendo um dos precursores na representação da empresa C na cidade na qual reside, o entrevistado n° 4 diz ter visto no negócio a possibilidade de renda extra, flexibilidade e “principalmente” desenvolvimento pessoal. O seu interesse pelo negócio se deu em grande medida graças a sua identificação com as perspectivas e com o ideal de vida apresentado por seu patrocinador, que é a pessoa que o convidou e o cadastrou no negócio.

A crença no MMN como um negócio sério e profissional faz com que o entrevistado reitere várias vezes durante a entrevista sua autoafirmação enquanto profissional de MMN e a afirmação de sua rede como um grupo de profissionais que trabalham norteados por uma filosofia e por um conjunto de preceitos que normatizam o desenvolvimento da atividade em MMN.

Nas palavras de Worre (2014, p. 43), o Marketing de rede é mais do que apenas um projeto. Não é uma indústria. É uma profissão. Se você fizer direito, será de fato uma escolha de profissão.

A profissionalização nesse sentido se daria através dos recursos educativos oferecidos pelas empresas como manuais, treinamentos de habilidade para negócios, vídeos educativos, e até mesmo indicação de livros consagrados sobre marketing, administração financeira etc. Uma das empresas representadas por nossos entrevistados conta até com uma Universidade

própria com cursos a distância oferecidos aos distribuidores cadastrados. O que nos foi muitas vezes relatado em tom de orgulho pelos entrevistados.

No entanto, observamos que nem todos os profissionais de MMN, de fato, acessam estes instrumentos educativos e informativos. Nossa observação parte da constatação de que, todos os cinco entrevistados que apresentaram o perfil de “*vendedores natos*” disseram não ter o hábito de assistir os vídeos educativos e fazer as leituras indicadas e/ou oferecidas pela empresa. A resposta da entrevistada n° 8 expressa bem o que observamos.

“Assisti nada moça [referindo-se aos vídeos educativos], parti logo para as vendas. Não tenho tempo para isso não.”

Atribuindo valor a esta constatação, foi recorrente durante as entrevistas com pessoas do grupo dos “*vendedores natos*” a confusão a respeito do plano de bonificações da empresa o que muitas vezes fez com que o entrevistado recorresse rapidamente às informações prestadas pela empresa como forma de suprir emergencialmente a falta de conhecimento prévio a respeito do plano da empresa.

O embaraço na hora de explicar o plano da empresa foi relatado pelo entrevistado n° 6 como um dos maiores empecilhos ao seu desenvolvimento no negócio. O entrevistado, que na ocasião da pesquisa, encontrava-se inativo no negócio e trabalhava formalmente em uma empresa de calçados, ressalta que achava o material educativo da empresa muito “enjoado”, ao considerar maçantes as leituras indicadas pelas quais diz nunca ter tido interesse.

Contrariamente ao pouco investimento de tempo aos estudos do material educativo e informativo da empresa percebido durante as entrevistas com os “*vendedores natos*”, todos os entrevistados que compõem o quadro de “*líderes em potencial*” disseram dispendido ou terem dispendido, no caso dos inativos, algum tempo ao estudo dos materiais educativos disponibilizados ou indicados pela empresa.

O que segundo muitos deles, teria culminado também na apreensão de uma habilidade que transcende ao treinamento exclusivo para o negócio, mas que os fizeram desenvolver competências para a vida.

“Antes eu não conseguia terminar a leitura de um livro. Hoje eu nem sei mais quantos eu já li. [...] Nesse negócio a gente aprende a ser antes de ter” (Entrevistado n° 4).

Ainda que não nos seja possível apreender na prática a veracidade do relato a cima,

falas como esta, que a propósito foram recorrentes durante nossa pesquisa, revelam por si só a absorção, ao menos ao nível do discurso, da filosofia do MMN que sugere um crescimento processual e escalável. Nesse sentido para quem ficou “no meio do caminho”, ou seja, quem não deu prosseguimento ao negócio, fica ainda a sensação de ganho graças ao aprendizado vivenciado através da experiência no negócio.

O que ratifica nossa percepção é fala de nosso entrevistado n° 9 que mesmo após ter saído do negócio diz:

“Eu aprendi muito, aprendi a ter foco, determinação, postura...coisas que você leva para a vida”

Nesse sentido percebe-se que o desenvolvimento pessoal, tende a funcionar como um prêmio de consolação às pessoas que por algum motivo não tiveram êxito no negócio.

Percebe-se também que a filosofia do desenvolvimento pessoal tende a agir também como dispositivo de compensação até mesmo para aqueles que estão envolvidos no negócio. Nossa apreensão parte da observação de que no processo de desenvolvimento do negócio grande parte de nossos entrevistados disseram sofrer algum tipo de preconceito nos ambientes de trabalho, nas rodas de amigos etc, através de algum adjetivo pejorativo ou até mesmo por alguma expressão depreciativa. O que é exemplificado pelas falas a baixo:

“Quando me viam chegando diziam: Lá vem ela com a bolsinha querendo empurrar esses produtos” (Entrevistada n° 9).

“Meus colegas perguntavam se eu estava vendendo perfumezinho”. Entrevistado n° 7.

“Meus amigos já me chamaram de chato. Pra muitos deles nem falo mais do negócio. Associam muito também a coisa de mulher”. [referindo-se a venda de cosméticos]. Entrevistado n°4.

O que compensaria esta perda de estima social temporária (WORRE, 2014) é o fato de você estar além da capacidade de compreensão de pessoas presas a um sistema ultrapassado. Além disso, o próprio negócio te recompensa por sua persistência frente ao descrédito de alguns, à medida que te proporciona conhecer novas pessoas as quais compartilham com você dos mesmos ideais.

Ter contato com pessoas que compartilham da crença no MMN e que te ajudem a se realizar no negócio e trazer estas pessoas para seu grupo de convívio, foi algo reafirmado em várias ocasiões durante a pesquisa, principalmente pelos profissionais com o perfil de “líderes

em potencial” como algo de extrema importância e um dos ganhos pessoais com o negócio.

“Já dizia aquela frase: Você é a média das cinco pessoas com quem passa mais tempo” (Entrevistado nº 1).

“Meu patrocinador [referindo-se a pessoa que o convidou e o cadastrou no negócio], se tornou um de meus grandes amigos” (Entrevistado nº 4).

O apoio da família a iniciativa de empreender no negócio de MMN também nos foi revelado como um fator de forte relevância para a permanência e o sucesso de alguns de nossos entrevistados no negócio. O que se percebe pelo relato em tom de desabafo da entrevistada, nº 10.

“Para meu marido isso não era um serviço de verdade. Isso me desestimulou muito.”

Em contrapartida ao depoimento a cima, as experiências relatadas demonstram que alguns de nossos entrevistados não só contam com apoio de entes familiares como também com suas ajudas na divulgação dos planos da empresa e dos produtos. O que foi constatado ao observarmos que oito do total de dez dos entrevistados contam ou já contaram com a ajuda direta ou indireta de alguma pessoa da família, namorado (a), ou amigo na propaganda do plano da empresa ou na venda efetiva dos produtos.

“Minha namorada é técnica em enfermagem e vende muito para mim pras meninas lá do hospital” (Entrevistado nº 3).

O entrevistado nº 3 é escrevente autorizado em um cartório de sua cidade e, na ocasião da pesquisa, desenvolvia o negócio de MMN a sete meses. Ele assume ter entrado enganado no negócio, pois a princípio acreditava que seria apenas sócio, investindo certa quantia, e não precisaria trabalhar diretamente. Apesar de já ter demonstrado o plano da empresa para alguns de seus clientes, o entrevistado diz não ter a intenção de trabalhar com o cadastramento de novos distribuidores, dado sua imaturidade no negócio que requer segundo ele “mais aperfeiçoamento”.

Até o momento da pesquisa o entrevistado nº 6 não havia cadastrado nenhum novo distribuidor. No entanto, relatou que acessa com frequência os materiais educativos oferecidos pela empresa e também faz leitura dos livros indicados, além de se espelhar nas “histórias de

vida” de pessoas que tiveram êxito no negócio de MMN.

Nesse sentido observamos o forte interesse do candidato em aperfeiçoar-se para então estar apto a atividade de cadastramento de novos distribuidores. Mas, no entanto, ele relata que “por enquanto” desenvolveria somente a venda dos produtos o que segundo ele garante uma renda extra, já que dedica seus finais de semana ao atendimento dos clientes e conta também com a ajuda de sua namorada, como exposto a cima.

A experiência do entrevistado nº 6 evidencia duas questões que nos chamaram a atenção nas experiências apreendidas em nossa pesquisa, primeiro, o negócio em MMN envolve muito mais do que a pessoa que toma a iniciativa de empreender, mas também, na maioria dos casos, a família do empreendedor. E outro aspecto foi a grande incidência de pessoas que assumiram desenvolver tanto a venda dos produtos quanto uma apresentação inicial do plano da empresa em seus ambientes de trabalho formal.

“Vendi meu primeiro kit em dois dias apenas para meus colegas de serviço da Prefeitura” (Entrevistada nº 8).

Além dos contatos nos locais de trabalho, outro recurso bastante utilizado para o desenvolvimento do negócio são as redes sociais. Todos, sem exceção, disseram ter utilizado desses meios para divulgarem seus produtos e até mesmo para convidar prospectos. O entrevistado nº 5 diz até convidar pessoas de outros países a comporem sua rede através das mídias sociais.

“Com um dispositivo da rede social você consegue filtrar pessoas com perfil empreendedor, daí você estabelece um primeiro contato sem muito compromisso e depois, se a pessoa demonstrar interesse, você a envia o plano de trabalho da empresa, e se tudo der certo, você expande sua rede” (Entrevistado nº 5).

Contudo, o mesmo entrevistado assume ter um lado negativo na utilização desses recursos. Pois você tem se policiar constantemente para não “soltar nada nas redes que comprometa sua imagem profissional” (Entrevistado nº 5).

Nesse sentido percebe-se que o trabalho acaba constringendo suas manifestações do âmbito pessoal. A interposição, de certo modo confusa, entre vida pessoal e profissional foi algo bastante explicitado nos relatos de nossos entrevistados.

“Se eu estou almoçando em um restaurante num domingo com minha

esposa e vejo um velho amigo que há tempo não via e que não teve a oportunidade de conhecer o negócio, não perco a oportunidade, faço a proposta. [...] Eu e minha esposa até já discutimos por isso, mas no fim ele entende.” (Entrevistado n° 5).

“Não tem lugar nem dia certo para eu oferecer meus produtos não. Se estou em algum lugar e tem alguém respirando, eu estou vendendo”. (Entrevistada n° 2).

Sob a luz das exposições de nossos entrevistados é possível perceber que a pretensa flexibilidade do trabalho em MMN tende a exercer uma dupla função como argumento em defesa do negócio. Primeiro possibilita que ele se apresente como evolucionário graças ao seu caráter democrático segundo o qual qualquer pessoa independente de seu status, condição financeira, ou formação possa integrar-se a empresa.

E, segundo, o consagra por ser um negócio justo em que o distribuidor independente é o único responsável por seu sucesso, e que ele só encontrará barreiras ao seu êxito em sua própria indisposição em transpor suas dificuldades e limitações.

Contudo, apesar de durante quase todo o tempo, ouvirmos de nossos entrevistados as qualidades do negócio, as promessas de liberdade financeira e pessoal, as viagens oportunizadas pelas empresas, os amigos que se fazem dentre outras coisas que se repetiam às vezes com as mesmas palavras nas falas de diferentes entrevistados, em alguns raros momentos pudemos compartilhar de algumas revelações que demonstram aspectos não tão evidenciados, quando não negados, pelo conceito filosófico do MMN.

“Pelo menos no início, pra subirmos na empresa, a gente tem que ser meio piramideiro [referindo-se as pirâmides financeiras] mesmo” (Entrevistado n° 4).

“Querendo ou não a gente tem que contar uma mentirinha. Porque vemos um sonho que nem nós mesmos conseguimos alcançar” (Entrevistado n° 9).

“Pelo tempo que deu pra ganhar dinheiro eu ganhei, cadastrei o máximo de pessoas que consegui. [...] Esse negócio satura, não tem jeito” (Entrevistado n° 9).

As falas a cima refletem a contradição que envolve o modelo de negócio do MMN e que somente pode ser apreendida na observação atenta das manifestações desta configuração de trabalho que tende a se expandir às relações pessoais e às expressões subjetivas de seus envolvidos.

3.5 Algumas conclusões

As exposições trazidas acima incitam a reflexão a respeito das manifestações do trabalho em MMN e mais do que apresentar algumas poucas constatações obtidas através de um pequeno grupo de entrevistados, nos levam a tentativa de compreender a relação deste tipo específico de atividade com as tendências que o mercado de trabalho, submetido à lógica capitalista de produção, tem apresentado ao longo do processo de reestruturação dos conceitos de trabalho, trabalhador e, sobretudo, de relações de trabalho.

Valendo-nos do conceito de pós-grande indústria (FAUSTO, 1989) e das apreensões inauguradas pelas teses do trabalho imaterial (HARDT e NEGRI, 1989; GORZ, 2005; AMORIM, 2009; ANTUNES, 1999) depreendemos as possibilidades de compreensão do negócio em MMN como grande expressão das (des) continuidades manifestas ou não do trabalho na contemporaneidade.

Originando-se na década de 1940, o Marketing Multinível, porém, tem sua etapa de grande crescimento a partir da década de 1980 (ARAGÃO, 2009), impulsionado justamente pelo avanço tecnológico, fator evidenciado também como o grande responsável por oportunizar o processo de Restruturação produtiva (1970) do qual percebe-se um crescimento vertiginoso do trabalho no setor de serviços.

Diante da emergência de uma nova concepção de trabalho, este não mais pautado majoritariamente nas atividades industriais, braçais e massificadas, mas agora privilegiando os aspectos subjetivos do trabalhador, as teses do trabalho imaterial vislumbram a possibilidade de emancipação do trabalho graças ao “capital conhecimento” portado agora pelo trabalhador, e que se diferencia de outros capitais produtivos por sua capacidade de duplicação e sua fugacidade em relação ao controle exercido pelos aparelhos controladores do capital.

A ideia de liberdade e de independência do trabalho em relação ao capital, tal qual defendida pelas teses do trabalho imaterial, é constatada também como parte crucial da filosofia do MMN. A flexibilidade de horários, a possibilidade de uso de tecnologias que facilitem o trabalho, o poder de escolha, a valorização das habilidades subjetivas do distribuidor, como sua capacidade de relacionamento, sua pró-atividade são aspectos requeridos e altamente valorizados no negócio.

O que na etapa industrial taylorista/fordista (1945-1973) seria considerado contraproducente de acordo com os preceitos da administração científica que previa o

controle incisivo das ações dos trabalhadores no âmbito produtivo, na pós-grande indústria é perseguido pelo capital.

Contudo, a grande questão, exposta no capítulo II deste trabalho, é se a manifestação do trabalho “imaterial” oportunizaria a emancipação da classe trabalhadora graças à “função social” do “capital conhecimento” tal como é defendido pelos entusiastas do trabalho imaterial.

No sentido proposto é possível traçarmos um paralelo com a filosofia do MMN. Nesse negócio, os empreendedores são apresentados à possibilidade do desenvolvimento pessoal concomitante ao crescimento financeiro. Assim sendo, mais do que valorizadas as capacidades subjetivas do trabalhador, no MMN os distribuidores são levados a adquirirem habilidades como as de liderança e de relacionamento e outras que pretensamente serviriam não só ao desenvolvimento do profissional em suas relações de trabalho, mas também à sua vida pessoal.

Além disso, o desenvolvimento pessoal passaria também pela promessa de liberação do tempo de trabalho e conseqüentemente geração de tempo livre para desenvolvimento de outras atividades de interesse pessoal do trabalhador. Essa expectativa está em correspondência com a crença dos entusiastas do trabalho imaterial que veem na liberação do tempo dispendido no trabalho a possibilidade do desenvolvimento de outras atividades que possibilitem o despertar da classe trabalhadora para ações emancipatórias.

O que fica evidenciado pela nossa pesquisa foi que a suposta flexibilidade do trabalho em MMN tem levado os distribuidores a expandirem suas atividades a todo e qualquer tempo livre. O que conceitualmente seria uma possibilidade liberação do trabalho foi percebido por nós como sendo na realidade a infiltração das atividades de MMN nas reuniões familiares, nas conversas entre amigos, e até mesmo no próprio ambiente do trabalho formal.

De acordo com a formulação dos entusiastas do trabalho imaterial, a capacidade subjetiva requerida aos trabalhadores da pós-grande indústria seria o grande aspecto emancipatório do trabalho em relação ao capital, contudo, a subjetividade nesses termos é deflagrada por seu caráter inautêntico e subordinado a lógica de produção e apropriação capitalista (ANTUNES, 2009).

Quanto à inautenticidade da subjetividade do trabalho na pós-grande indústria, podemos verificar a plausibilidade da concepção de Antunes (2009) para nossa análise empírica das manifestações da filosofia de trabalho do MMN ao constatarmos que mesmo se tratando de um negócio empreendedor que tende a pressupor o desenvolvimento das capacidades inventivas e criativas do indivíduo, na verdade o que se percebe pelas falas de

nossos entrevistados é uma reprodução de conceitos e de discursos apropriados de maneira irreflexiva.

Assim como anunciara Amorim (2009) que há uma tendência do capital, em sua nova organização do trabalho, em converter a “subjetividade” do trabalhador em um mecanismo de submissão ideológica segundo a qual o trabalhador é levado a acreditar que é um parceiro da empresa, no decorrer de nossa pesquisa em nenhum momento nos foi mencionado a ideia de que os distribuidores e as empresas têm objetivos distintos.

Na verdade, o que observamos foi um sentimento de pertencimento e de colaboração dos trabalhadores em relação à empresa.

Essa absorção ideológica constatada em nossa apreensão empírica ganha ainda mais relevo ao observamos a tendência meritocrática reiterada na fala dos entrevistados, o que ratifica a tese sintetizada por Prado (2005) de que o trabalho na pós-grande indústria é caracterizado pela subsunção formal, intelectual e societária do trabalho ao capital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentro dos limites a que se propôs este trabalho, buscamos evidenciar o movimento de reconfiguração das relações de trabalho inaugurado pela passagem à etapa da acumulação flexível destacando o fenômeno do crescimento e as especificidades do setor de serviços. Assim como o debate científico em torno da tese do trabalho imaterial.

Nesse sentido, o presente trabalho orientou-se pela necessidade de compreensão de um fenômeno latente e generalizante que tem refletido uma nova racionalidade, e novas estratégias de reprodução capitalista, da qual percebe-se a heterogeneização da classe trabalhadora, e o desenvolvimento de regimes de trabalhos cada vez mais difusos e flexíveis.

Ao longo de nossa discussão procuramos lançar luz aos aspectos políticos, econômicos e sociais que corroboraram para esta transformação da relação capital-trabalho a partir da década de 1970.

E, no intuito de situarmos esse conjunto de rupturas no quadro de movimentos da sociedade capitalista, tecemos uma incursão nas fases históricas que marcam o desenvolvimento da relação capital-trabalho. Relação esta que, a partir do advento da indústria, apresentou-se em um primeiro momento pautada no trabalho assalariado, formal e objetivo e, posteriormente, passa a valer-se das capacidades subjetivas e da absorção intelectual da força-de-trabalho.

A pertinência desse trajeto histórico e conjuntural justifica-se por compartilharmos do

entendimento de que as mudanças na relação capital-trabalho partem senão de uma mudança macroeconômica idealizada pelo grande capital e subsidiada pelo Estado, e menos por meros aspectos circunstanciais e culturais.

A indicação de Fausto (1989), de que a submissão das bases produtivas aos aparatos tecnológicos cada vez mais avançados teria culminado na emergência da sociedade da Pós-grande indústria, ratifica o prenúncio marxista de que o processo produtivo sob a égide capitalista tenderia a depender cada vez menos do *quantum* de trabalho dispendido e mais do conhecimento socialmente criado.

E é justamente o desenvolvimento do conhecimento enquanto capital produtivo que inaugura o debate acerca do potencial emancipatório do trabalho na etapa da pós-grande indústria expresso pela tese do trabalho imaterial.

Diante dos argumentos trazidos e confrontados pelos autores referenciados ao longo dessa discussão, convencemo-nos de que as teses do trabalho imaterial, que expressa o otimismo em relação à superação gradativa das bases espoliativas do capital graças à imaterialidade e fugacidade do “capital conhecimento”, revela-se como uma leitura um tanto quanto pretenciosa e imatura do real cenário do trabalho em sua etapa pós-industrial.

A evidência da *subjetividade inautêntica* representa um dos principais contra argumentos à tese de que as capacidades cognitivas estariam invertendo a lógica de dominação na relação capital-trabalho.

Relação esta que tem se mostrado cada vez mais favorável ao grande capital, que tem se valido de instrumentos cada vez mais sofisticados e sutis de controle e submissão do trabalho como é exposto por nossos referenciais teóricos ao evidenciarem o apelo à colaboração e a tendente responsabilização do trabalhador que é levado a acreditar que é parceiro da empresa. O que corroboraria com o obscurecimento dos ideais históricos da classe trabalhadora quem em sua essência destoam em muito dos interesses do capital.

A incongruência entre os interesses do capital e os interesses da classe trabalhadora se mostra visível quando observamos o caráter mesquinho e egoísta das estratégias tomadas pelo capital frente a sua eminente crise de produção e apropriação que leva a ruptura com a lógica produtiva taylorista/fordista (1945-1973).

Estratégias as quais encontram no projeto neoliberal a saída do problema que apresentava-se ao capital, fundamentando-se na flexibilização dos aparatos legais que asseguravam o trabalho formal, assalariado. O que acaba por colocar o capital em condição ultra favorável frente às demandas e as exigências da classe trabalhadora.

A ruptura com a política do pleno emprego, a adoção de políticas de privatizações e

flexibilização do trabalho exemplificam a tendência observada a partir do final da década de 1970 e que seria reproduzida e potencializada pelas décadas seguintes, culminando em um cenário atual altamente desfavorável para a classe trabalhadora como pede ser depreendido dos argumentos trazidos ao longo do trabalho.

Contudo o capital tende a converter sua tendência a desonerar-se por seus encargos com os trabalhadores, na crença da possibilidade de liberação e autonomia para a classe trabalhadora graças à pretensa flexibilização das relações de trabalho.

A legitimação dessa inversão da realidade pode ser depreendida dos argumentos que defendem o Marketing Multinível como um negócio evolucionário e favorável ao trabalhador. Contudo, o que de fato pudemos depreender é que a promessa de flexibilidade tem desempenhado um duplo efeito, o primeiro deles é atrair novos distribuidores para a empresa e segundo, agir como álibi em defesa do modelo do negócio. No sentido proposto, o trabalhador é o único responsável pelo seu desenvolvimento pessoal e financeiro.

Reconhecendo que nossas pontuações estão longe de encerrar as possibilidades de análises sobre o tema do trabalho em Marketing Multinível, o intuito de nosso trabalho é indicar o potencial elucidativo do negócio como exemplo das novas relações de trabalho. E com isso contribuir para o ensejo de novos estudos sobre a temática.

E por entendermos que é só através da apreensão das materialidades que se pode compreender a essência de um fenômeno, vislumbramos, através do desenvolvimento deste trabalho, expor as experiências cotidianas daqueles que devem ser protagonistas da mudança social, mas que, contudo, têm sido cotidianamente expropriados de suas reais capacidades emancipatórias.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Juliana. **Pode entrar que a casa é sua: A história da venda direta por seus protagonistas**. São Paulo: Museu da Pessoa, 2007.

AMORIM, Henrique: **Marx e o debate contemporâneo**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2009.

ANDERSON, Pierre. Balanço do neoliberalismo. In SADER, Emir & GENTILI, Pablo (orgs.) **Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995, p. 9-23.

ANTUNES, Ricardo. **O sentido do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. São Paulo: Boitempo editorial, 2009.

_____. **Adeus ao trabalho? : ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho**. São Paulo: Cortez, 2006.

ARAGÃO. Paulo Tarso de. **Pequena história do Marketing Multinível**. Recife: Comunigraf, 2009.

BRAGA. Denilson. **O sistema de marketing de rede: Uma evolução da venda direta?** Trabalho Monográfico, Universidade Cândido Mendes. Rio de Janeiro, 2002.

COCCO, Giuseppe. Introdução. In: **Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

FAUSTO, Ruy. **A "pós-grande indústria" nos Grundrisse (e para além deles)**. São Paulo: Lua Nova no.19, 1989.

GORZ, André. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 1989

JOSEPH. Schumpeter. **Teoria do desenvolvimento econômico: Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 1997.

KIYOSAKI, Robert. **Pai rico: O negócio do século XXI**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MAURIZIO, Lazzarato, ANTONIO, Negri; introdução de COCCO, Giuseppe. **Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

OFFE, Claus. **Capitalismo Desorganizado**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

POCHMANN, Marcio. **O trabalho sob fogo cruzado: exclusão, desemprego e precarização no final do século**. São Paulo: Contexto, 2000.

PRADO, Eleutério. **Desmedida do valor: crítica da pós-grande indústria**. São Paulo: Xamã, 2005.

_____. **Pós-grande indústria e neoliberalismo**. Revista de Economia Política, vol. 25, nº 1 (97), 2005, p. 11-27.

Relatório especial: **O empreendedorismo e o mercado de trabalho 2017/ SEBRAE**. Brasília/DF, 2017

SILVA, Camila; FILHO, Naercio; KOMATSU, Bruno. **Uma Abordagem sobre o Setor de Serviços na Economia Brasileira**. Centro de Políticas Públicas–Insper, nº19, 2016.

Síntese de indicadores sociais: **uma análise das condições de vida da população brasileira: 2017 / IBGE**, Coordenação de População e Indicadores Sociais. - Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

Triviños, Augusto. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: Um debate em aberto**. Temáticas, Campinas, v .22, n. 44, p. 203-220, ago/dez. 2014.

WORRE, Eric. **Go Pro – 7 passos para ser um profissional do Marketing de Rede**. Rio de Janeiro: Editora Propósito Eterno, 2014.