

## O TELEMARKETING E A PESSOA\*

Mônica Sette Lopes\*\*

Ela cuida de todos na casa. Sorriso constante. Bom humor constante. Atenção constante. Uma capacidade de ouvir como não há no mundo. Contou um dia a história sobre como criou os filhos tão perto e tão longe dos problemas da violência urbana, do tráfico, das más companhias. Das notícias cheias de sangue que saem no jornal sobre o bairro onde mora. Enchia a mesa de delícias e convocava todos os meninos da vizinhança para se sentar em volta dela e estudar. Coxinhas, empadões, salpicão. Bolos. Sua arma era tudo o que a mistura das receitas na cozinha pode fazer. Um desses meninos hoje estuda medicina e disse que sua vida ainda está sustentada naquela mesa de afagos. Durante o dia, enquanto trabalha, o telefone só toca para ela nas urgências, nas dores, na morte. "Ai, meu Deus. O que será agora?", ela se pergunta, numa aflição sincera. Houve um dia em que ela própria atendeu e era um *sequestrador de mentira*. A voz de filho estaria gritando do outro lado o *mãe-mãe* que é senha para a necessidade de socorro. E ela acreditou porque vive o mundo da verdade total. E acreditou tanto que nem desconfiou quando o *sequestrador* baixou de R\$2.000,00 para R\$50,00 o valor do resgate ao ouvir que era isto o que tinha na bolsa. Se um novo *sequestrador de mentira* ligar, é provável que ela sinta a mesma dor. Tanto é o amor pelos filhos que tem no coração.

Mas, ultimamente, sua vida mudou. Quando o telefone toca chamando por ela, é o sistema financeiro nacional que a erigiu como modelo. Objeto de desejo dos bancos. Consumidora ideal. Uma compra a prazo. O pagamento feito corretamente. Bastou. Mala mais do que direta. Ela está no *mailing*, porque é preciso um nome em inglês para uma coisa assim. Ela caiu numa relação de nomes que são vorazmente caçados para comprar o que não querem. Cartão de crédito, empréstimos, títulos de capitalização, toda sorte de meios de endividamento são oferecidos a ela como dádivas. Por telefone. Por telemarketing. A pergunta que inicia a conversa de fluxo ininterrupto para convencê-la do bom negócio que é falácia: A Senhora Fulana está?

---

\*Prestando as necessárias contas, devo admitir que este trabalho foi influenciado pela pesquisa de meu aluno Filipe de Souza Sickert em torno da justiça e da ética no consumo. Vai para ele então, como prova do que os alunos fazem com a gente.

\*\*Juíza da 12ª Vara do Trabalho de Belo Horizonte. Professora dos cursos de graduação e pós-graduação da Faculdade de Direito da UFMG e residente do IEAT/UFMG. Doutora em filosofia do direito.

O sistema financeiro nacional quer que ela aplique o que deveria poupar ou gastar na aquisição de seu conforto na roda incerta do jogo com o capital. O sistema financeiro nacional quer transformá-la em fonte de juros. E por isto liga para ela todos os dias. Não importa que haja na casa quem tenha mais condição de investir. Nas listagens premoldadas não há inteligência além da artificial armada em algoritmos. E no fetiche de números, percentuais e probabilidades. A Senhora Fulana está? A Senhora Fulana está? A mesma pergunta dia após dia.

E não adianta argumentar. É inútil explicar ao operador de telemarketing que ela não tem capital, que a caderneta de poupança é o investimento que é mais adequado à vista do que lhe sobra, que ela não é uma consumidora que pode consumir como eles imaginam ou sonham. Do outro lado da linha, está um empregado que é obrigado a vender a qualquer custo e que apenas repete aquilo para o que foi instruído. Suas conversas são gravadas e é provável que perca o emprego se concordar com a razoabilidade do argumento. É provável que perca o emprego se disser *desculpe-foi-engano*, essa expressão tão própria do telefone nos velhos tempos. Nos tempos de antes do telemarketing ativo. E invasivo. Normalmente, confrontados com o argumento de quem sabe argumentar, a reação é de agressão, de quase ameaça. Quem está falando? Quem você pensa que é? Tem poderes para falar em nome dela?

Não, não a dona da casa que atende os telefonemas não tem poderes para falar em nome de ninguém além de si própria. E sabe também que a pessoa do outro lado da linha não tem poderes para falar por si próprio. Ele é apenas uma voz gravada para repetir comandos. Sua voz é prefabricada. Ele é um premoldado, que se encaixa. Mas é preciso falar que há alguma coisa fora de ordem quando se atira a esmo para acertar o consumidor incauto a qualquer custo, quando invadem a casa para impingir o que não foi encomendado por ninguém. Quando invadem a intimidade de ambas para impor a venda obrigatória.

Outro dia, ela deu a resposta mais singela para a pessoa que estava do outro lado da linha: "Olha, quando eu quiser alguma coisa, eu te ligo, tá?". E desligou o telefone com um sorriso porque carecia acabar de preparar o almoço e não teve coragem de ameaçar com o Procon como lhe fora sugerido. Foi uma resposta que declinou a sua vontade pura. *Agora, não quero*. A dignidade do consumidor em potencial exige que ele não consuma se não quer consumir. Direito fundamental da personalidade humana. O de não comprar. O de não contrair dívidas. O de não pagar juros.

Na frase, ela reconhece a identidade do outro invisível e coagido. Ela retoma a tradição dos contratos. Quando eu quiser contratar com você, te procuro e digo o que quero. Você, que é pessoa como eu, poderá entender isto que é tão simples.

Ela não sabe que o sistema não entende; o negócio não entende; a estratégia não entende. O mercado é irracional.

O telefone soando na interrupção do dia fez com que dois trabalhadores se encontrassem. Ambos pessoas integradas na conformidade dos pressupostos do art. 3º da CLT: subordinados, não-eventuais, assalariados. Pessoalmente vinculados a um contrato. Ambos pessoas absorvidas no movimento diário de sua força de trabalho a serviço da sobrevivência. E deste encontro cabe imaginar onde está a maior dose de preservação de dignidade: na ação das mãos de fada que preparavam o alimento mais delicioso ou no homem-autômato que repetiu a frase feita para convencê-la a comprar a aplicação que faria dela uma pessoa mais rica. Que não ouviu, não pensou, não indagou. Que não respirou. Que não fez a pausa dos que refletem sobre a vida.

Eles são pontos de irregularidade na ordem jurídica, porque são apanhados pela pausa do tempo da tutela. Ela representa a proteção pela metade e o peso de um passado em que não ter direitos era normal para o trabalhador doméstico. Ele representa os *tempos modernos*, a realidade da nova forma de trabalho e ausência de sua percepção como *categoria diferenciada* a merecer o tratamento apropriado da concreção normativa. Ele não tem qualquer garantia que possa encaixar toda a especificidade de um modo de trabalhar que é diferente de tudo o que existia há alguns poucos anos atrás.

É assim a história da vida e do trabalho. Nessa possibilidade do encontro-desencontro de passado, presente e futuro na cozinha da casa. Um pouco antes do almoço. Porque na dinâmica do art. 3º da CLT os dias não têm monotonia.