

KLEIN, N. A fábrica descartada: A produção degradada na Era da Supermarca. In: **Sem logo: a tirania das marcas de um planeta vendido**. Tradução de Ryta Vinagre. 6ª ed.. Rio de Janeiro: Record. 2008, p. 190 – 219.

Valquíria Soares de Moura

Graduada no Curso de Geografia da Faculdade de Ciências Integradas do Pontal – FACIP
Universidade Federal de Uberlândia – UFU
valquiriamourafu@hotmail.com

Na era em que vivemos cercados por multimarcas, cujo marketing é a estratégia para entrar no mercado, se torna imprescindível abrir os olhos para uma questão importante em relação à produção degradada destas “supermarcas”. Devido à grande concentração de um



capital concorrencial, as empresas muitas vezes se quer preocupam-se com a estabilidade de um funcionário ou a forma de trabalho a que estão sujeitos, estão preocupadas é com o significado para suas marcas, independente que estejam por trás de um espírito de individualidade, do atletismo, da vida selvagem ou da comunidade, preocupam-se na verdade, é com o rendimento da produção e o mais importante, em “fazer marca”.

Na obra “A Fábrica Descartada” da autora Naomi Klein, deixa clara essa questão quando diz que a pose vale mais que o objeto, os departamentos de marketing encarregados do gerenciamento de identidades de marca começaram a ver seu trabalho como algo que acontece não em conjunção com a produção da fábrica, mas em competição completa com ela.

Walter Landor e Peter Schweitzer apud Klein (2008), afirmam que produtos são feitos na fábrica, mas que marcas são feitas na mente. Porém, a diferença entre produtos e marcas é fundamental. Um produto é feito na fábrica; uma marca é algo comprado por um consumidor.

De acordo com Hector Liang, ex-diretor do conselho da United Biscuits, as máquinas se desgastam; os carros enferrujam; as pessoas morrem. Mas o que permanecem são as

marcas. Assim, de acordo com esta lógica, as corporações não devem gastar seus recursos finitos em fábricas que exigirão manutenção física, em máquinas que sofrerão corrosão ou funcionários que certamente envelhecerão e morrerão.

O livro mostra também o modo de produção adotado pelas zonas de livre comércio, as quais, de acordo com Klein (2008), é uma forma de exploração da população local, pois as condições que são impostas para elas trabalharem são desumanas, trabalham geralmente de 12 a 16 horas por dia, em um local onde não há janelas nem ventilação, onde é proibido conversar e sorrir; as portas dos banheiros são trancadas para que os trabalhadores “não matem serviço”; eles são obrigados a fazer horas extras sem receber nada e se questionarem são demitidos; as mulheres grávidas sofrem abusos de seus supervisores, são obrigadas a abortarem; as condições de trabalho impostas à estas pessoas são bárbaras, outras pessoas, em outros países, não se sujeitariam a trabalhar desta forma por apenas 0,13 centavos de dólar a hora.

Quando as multinacionais terceirizam suas indústrias, os países nas quais elas estão localizadas são prejudicados, pois inúmeros trabalhadores são demitidos e não conseguem mais empregos que dêem segurança a eles. Isso fez com que surgissem os trabalhos temporários sob contratos, fazendo com que o trabalhador não recebesse mais os benefícios que ele tinha anteriormente, como seguro saúde, seguro desemprego, dentre outros. Assim, as empresas não gasta com encargos trabalhistas, este recurso pode ser gasto em outras necessidades, por isso muitas delas adotam este sistema.

Acredita-se que a fábrica no mundo capitalista, já está descartada há um bom tempo, hoje em dia elas são substituídas por pessoas que prestam serviços terceirizados em países que estão em desenvolvimento, que remuneram a mão de obra consideravelmente barata, e que os custos para a produção de tais produtos são insignificantes.

Desta forma, a obra tem por objetivo retratar que quando o processo de fabricação real é tão desvalorizado, logicamente é mais provável que as pessoas que fazem o trabalho de produção sejam tratadas como lixo. No decorrer da obra Klein (2008) está posta formulações reveladoras sobre o reino das marcas. A autora aponta os efeitos negativos deste mecanismo na cultura, no trabalho, na educação e nas escolhas do consumidor. O livro mostra como companhias transnacionais convertem o mundo em uma oportunidade de marketing, retrança a trajetória do movimento antiglobalização, explica a razão pela qual algumas das mais

reverenciadas marcas encontram-se expostas por ativistas na fúria de seus grafites e 'slogans', alvejadas nas sabotagens de 'hackers', ou nas campanhas anti-corporativas.

Portanto, podemos perceber que o que está acontecendo nos dias de hoje é um ciclo sem fim, pois as empresas preferem terceirizar seus serviços a empregar as pessoas nas fábricas que tem um custo bem mais alto que a terceirização.

Recebido para publicação em 10/07/2012

Aceito para publicação em 18/04/2013