

Pesquisa de socióloga mostra que teleoperadores enfrentam condições inadequadas de trabalho

Tese expõe insalubridade no telemarketing

RAQUEL DO CARMO SANTOS
kel@unicamp.br

Em geral, eles desempenham suas atividades dentro de salas com ar-condicionado e cadeiras estofadas, possuem carteira assinada e, nem de longe, a função compara-se ao trabalho braçal do chão de fábrica ou da lavoura. Tais benesses, porém, não livram os profissionais de telemarketing e call center (centrais de atendimento) da exploração no ambiente de trabalho. A socióloga Selma Venco, em pesquisa de doutorado defendida na Faculdade de Educação (FE) da Unicamp, constata que esta profissão, uma das mais crescentes no país, esconde sérios descompasso sociais e condições de trabalho marcadas por fortes pressões psicológicas. Na opinião da pesquisadora, está se formando uma espécie de “proletariado não-operário”.

Jornada intensa faz parte de estratégia

Selma Venco apurou que os chamados teleoperadores realizam a média de 140 ligações em uma jornada de seis horas, com pausa de 15 minutos, e precisam cumprir metas excessivas de produtividade em tempo estabelecido. Segundo a socióloga, o setor de telemarketing e call center apresenta características do taylorismo – modelo criado por Frederick Winslow Taylor e disseminado na indústria, que consiste na racionalização do trabalho e minimização do excesso de rotinas. A socióloga acredita que, apesar de apoiada em novas tecnologias, a profissão está sujeita a formas de trabalho das antigas fábricas do século XIX.

O serviço de telemarketing é um mercado em franca expansão e estimativas recentes apontam para a existência de 665 mil teleoperadores no país. “O aumento é notório. São empresas dos mais variados segmentos – principalmente bancos – que optam por terceirizar o serviço e, com isso, minimizar os custos com encargos trabalhistas. Infelizmente, os problemas da profissão se acumulam na mesma velocidade em que cresce o campo profissional”, denuncia Selma Venco, que entrevistou tanto empregados como empresários do ramo, em duas empresas terceirizadas na cidade de São Paulo.

Na avaliação da pesquisadora, a concentração de funcionários ocorre na faixa etária entre 18 e 25 anos – a idade do primeiro emprego, e esta preferência decorre justamente da inexperiência profissional. “Por não terem a vivência de mercado e desconhecerem as leis trabalhistas, os jovens se tornam presas fáceis para pressões psicológicas”, explica. Em caso de baixa produtividade, por exemplo, utiliza-se uma interpretação duvidosa da lei para forçar o profissional a pedir demissão e, assim, perder seus benefícios. Por outro lado, o início de carreira é um bom momento para formar o trabalhador conforme a dinâmica da empresa. “Os mais experientes possuem vícios e malícias que podem atrapalhar”.

A grande maioria (cerca de 80%) é de mulheres, o que também não é casual. Da parte patronal, as justificativas colhidas por Selma Venco resumem-se a certos atributos femininos, como paciência e delicadeza no trato com os clientes. Mas, para a socióloga, é mais plausível o fato de que a família e a sociedade não educam os homens para a subserviência, e que este aspecto não atende aos princípios de uma organização taylorista no setor de serviços. Apesar da predominância feminina visando ampliar os níveis de produtividade, verifica-se entre os homens o maior índice de ascensão profissional.

A pesquisa de doutorado traz outra constatação importante: a presença significativa de teleoperadores negros, homossexuais, transexuais e obesos. Por seus depoimentos,



Fotos: Antoninho Perri/Folha Imagem

Um perfil do teleoperador

- Maioria de mulheres
- Idade entre 18 e 25 anos
- Ensino médio completo
- Boa parte de universitários de escolas privadas
- Não pertence à classe média
- País possuem profissões de baixa especialização

Tipos de serviços

Ativo – Venda de produtos e serviços ou angariação de recursos para entidades sociais

Receptivo – Como tira-dúvidas e fale-conosco, geralmente ligado ao serviço de atendimento ao cliente das empresas (consultas sobre conta bancária, tv a cabo, telefonia)

Híbrido – Tanto efetua como recebe ligações dos mais variados serviços

Interior de empresa de telemarketing: ofensas, jornadas exaustivas e pressão psicológica



A socióloga Selma Venco: exército de jovens com problemas de saúde

Selma Venco observou que eles são rejeitados em outros segmentos do mercado de trabalho e acabam migrando para nichos que não exigem uma estética preestabelecida, como o de telemarketing, em que o contato com o público acontece a distância. “A atividade abriga pessoas que, rotuladas, não teriam acesso ao trabalho em lojas, bancos e outros setores que impõem determinado padrão estético. Elas não são reconhecidas por suas qualificações, o que reforça os preconceitos presentes na sociedade de consumo”, argumenta.

Os teleoperadores advêm so-

bretudo das classes sociais menos favorecidas, pois precisam do trabalho para sobreviver e sujeitam-se a fortes pressões. Em entrevista, um empresário confessa que não admite pessoas de classe média porque não agüentariam “o primeiro aperto”. A jornada intensa de seis horas também faz parte de uma estratégia patronal. A alegação de que a jornada facilita ao jovem prosseguir nos estudos, sobrepõe-se à comprovação de que neste período é maior a produtividade, que cai consideravelmente após o limite de seis horas. Para o empregador, é vantajoso revezar du-

as pessoas, ao invés de manter apenas uma, com carga de oito horas.

A alta rotatividade de pessoal é outra característica do setor de telemarketing e call center. A renovação anual é de aproximadamente 85% em uma das empresas estudadas na pesquisa. Outra questão refere-se ao quadro de carreira. Nas duas empresas avaliadas, os funcionários não têm perspectiva de progressão funcional. O único cargo pleiteado é o de supervisão, posição que na maioria das vezes se mostra menos confortável, diante de pressões por metas e prazos ainda maiores.

Do outro lado da linha

Se, no ambiente de trabalho, os profissionais de telemarketing e call centers são pressionados por metas de produtividade, do outro lado da linha telefônica, a realidade também se mostra cruel. “A perspectiva do trabalho a distância facilita as agressões verbais. Eles são constantemente xingados e ofendidos pelos clientes. Nos relatos, confidenciam que o banheiro é o lugar do choro”, diz a socióloga Selma Venco. Existe dificuldade em compreender que a ofensa do cliente não é pessoal, mas devida a telefonemas em horários impróprios. A socióloga, no entanto, pondera que as pressões sofridas por esses empregados já são suficientemente fortes para terem de enfrentar também a resistência externa. Geralmente, os clientes alegam que não dispõem de tempo ou dispensam o teleoperador sem antes saber do que se trata.

As centenas de ligações diárias são gravadas e supervisionadas constantemente. A fala do teleoperador deve ser objetiva e o script já está pronto para ser apresentado no limite de tempo, muitas vezes sem dar chances de interrupção por parte do cliente. O resultado de tanta pres-

são já pode ser observado nos índices de doenças ocupacionais. “É um exército de jovens com problemas de saúde, físicos e mentais. Os casos de assédio moral levam a depressão, síndrome do pânico e outros males correlatos”, relata Selma Venco.

A quantificação dos casos está longe de ser detalhada. Segundo a pesquisadora, normalmente os ambulatórios estão instalados dentro das empresas, o que dificulta a notificação da doença como ocupacional. “Os casos ficam mascarados”, revela. Num futuro próximo, os teleoperadores precisarão travar outra luta insidiosa pelo reconhecimento de que seus problemas ocupacionais decorrem da natureza de seu trabalho.

Livro publicado – No seu mestrado, Selma Venco analisou o panorama das empresas de telemarketing, focalizando a expansão dos call centers em detrimento das demissões no setor bancário. Na década de 1990, uma forte tendência em terceirizar a atividade foi constatada. De acordo com a pesquisadora, outro lado da moeda é

que o potencial de racionalização cria a falsa impressão de crescimento de postos de trabalho, quando na verdade é suprimida uma quantidade de postos ainda maior. A qualidade deste emprego é outra questão abordada. “A qualidade sofisticada a intensificação e o controle do trabalho”, alerta. Este tema serviu de parâmetro para a publicação do livro *Telemarketing nos bancos – O emprego que desemprega*, pela Editora da Unicamp.

Agora, no pós-doutorado, o plano de Selma Venco é investigar a terceirização deste serviço na perspectiva internacional. “Existe uma dinâmica nascente, que é o deslocamento de certos tipos de trabalho dos países centrais em direção aos periféricos ou semiperiféricos. Tal dinâmica é caracterizada pela modernização do trabalho, com a transferência das centrais de atendimento para cidades do interior desses últimos países”, explica. O motivo é o baixo custo da mão-de-obra e a isenção de impostos e taxas. “Estima-se que esta central no interior custa, em média, dez vezes menos em relação à de países desenvolvidos, sendo que a mão-de-obra é qualificada”, destaca a socióloga.