



**II CONEDU**  
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

## **HISTÓRIAS DA EDUCAÇÃO DE OPERADORES DE TELEMARKETING DA CIDADE DE FORTALEZA/CE**

Aurilene Alves de França

*Universidade Estadual Vale do Acaraú UVA; aurilenefranca@hotmail.com.*

### **RESUMO:**

O texto é parte de minha proposta de pesquisa onde se denuncia de forma engajada as contradições do mundo do trabalho por intermédio das Histórias da Educação de Operadores de Telemarketing da Cidade de Fortaleza/CE. A pesquisa se relaciona com o debate interdisciplinar desencadeado pelo campo da História da Educação, o que tem ampliado a possibilidade de sujeitos, fontes, temas e objetos. Metodologicamente, pretendo, mediante a interseção de fontes (orais, escritas e audiovisuais) uma abordagem dialética do “fazer-se” operador de Telemarketing na cidade de Fortaleza/CE. O debate sobre a memória histórico-educativa dos operadores de Telemarketing possibilita um melhor conhecimento sobre nós mesmos. Este movimento, uma vez revisitado, oportuniza aprendizado histórico significativo para a trajetória humana ao longo do século XXI.

**Palavras-chave:** História, Educação, Memória, Operadores, Telemarketing.

### **INTRODUÇÃO**

O texto é parte de minha proposta de pesquisa onde se denuncia de forma engajada as contradições do mundo do trabalho por intermédio das Histórias da Educação de Operadores de Telemarketing da Cidade de Fortaleza/CE. A pesquisa se relaciona com o debate interdisciplinar desencadeado pelo campo da História da Educação, o que tem ampliado a possibilidade de sujeitos, fontes, temas e objetos. Metodologicamente, pretendo,





mediante a interseção de fontes (orais, escritas e audiovisuais) uma abordagem dialética do “fazer-se” (THOMPSON, 1997 ) operador de Telemarketing na cidade de Fortaleza/CE.

Historicamente, a atividade profissional do Operador de Telemarketing é caracterizada pela OIT (Organização Internacional do Trabalho), como uma das profissões mais estressantes e desgastantes do mundo, afetando a saúde física e mental dos profissionais que a executam.

Esta contradição representa um aprofundamento dos antagonismos da relação trabalho assalariado e capital. Os fatores são os mais diversos - reestruturação produtiva, aliada ao desenvolvimento tecnológico, que substitui em larga escala o trabalho vivo dos seres humanos pelo trabalho morto das máquinas; flexibilização das leis trabalhistas e da produção, fato que intensifica a exploração e a precarização por meio do sobre-trabalho; e esfacelamento dos movimentos sociais e dilapidação do patrimônio público por privatizações, que culminam com redução do Estado na oferta de serviços sociais básicos, como a educação e a saúde.

Pela definição de (DANTAS, 1997) podemos perceber a possibilidade de explorar um tema ainda novo e que vem crescendo em nosso país e se tornando umas das principais áreas responsáveis pela geração de trabalho. Entendendo que esse novo modelo de trabalho gera novos comportamentos sociais pretendo aprofundar-me no mesmo e contribuir com novas condições laborais para os trabalhadores.

## **METODOLOGIA**

O fio condutor de análise se processa metodologicamente pela articulação de fontes diversas (orais, escritas e audiovisuais), sobre o “fazer-se” (THOMPSON, 1997 )



operador de Telemarketing na cidade de Fortaleza/CE.

Entretanto, temos um interesse especial pela fonte oral, fato este que se justifica na medida em que as entrevistas permitem obter e desenvolver conhecimentos novos e fundamentar análises com base no trabalho de criação de fontes inéditas sobre a experiência social dos profissionais de Telemarketing;

Nestes termos, desejamos analisar “fazer-se” (THOMPSON, 1997) operador de Telemarketing no mundo do trabalho em Fortaleza/Ce, na perspectiva do materialismo histórico-dialético, com suporte em tal plataforma teórica e prática, esta pesquisa, objetiva dialeticamente alcançar também as contradições do mundo do trabalho.

Nossa abordagem metodológica, portanto, tenciona traçar um elo entre o específico e o geral, entendendo que o Nordeste e o Brasil, por conseguinte, inserem-se na transnacionalização da atividade profissional de telemarketing na Sociabilidade do Capital. Metodologicamente, estas reflexões ajudam para a pesquisa em história da educação para a execução de uma análise que relaciona *a parte com o todo*, pois, *os fatos são conhecimento da realidade se são compreendidos como fatos de um todo dialético – isto é, se não são átomos imutáveis, indivisíveis e indemonstráveis, de cuja reunião a realidade saia constituída – se são entendidos como partes estruturais do todo.* (KOSIK, 2002, p. 44).

Desta forma, ressalto o uso de uma abordagem pautada em um marxismo em constante movimento e em busca da análise crítica das contradições da realidade do capitalismo contemporâneo, a destacar, por exemplo, pesquisadores como: Ricardo Antunes (2006); Eric Hobsbawn (1998, 2007, 1983); Edward Thompson (2001); Alessandro Portelli (1997b); Marx (1982); Benjamim (1994), entre outros.



## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Meus resultados ainda preliminares e discussões iniciais se constrói precisamente convivendo com a vulnerabilidade social dos profissionais de telemarketing, ou seja, fui operadora de Telemarketing e agora na condição de pesquisadora, almejo analisar as experiências vividas de dentro, de quem também é parte deste objeto de estudo. Então o que desejo dizer é que intenciono articular esta experiência profissional de operadora telemarketing, com aspectos relacionados à minha atividade de discente/pesquisador em História da Educação.

A este respeito, Eric Hobsbawn (1998, p.36), historiador social inglês contemporâneo, ressalta que “é inevitável que nos situemos no continuum de nossa própria existência, da família e dos grupos a que pertencemos [...] pois é o que a experiência significa”. Acredito que o debate sobre a memória histórico-educativa dos operadores de Telemarketing possibilita um melhor conhecimento sobre nós mesmos. Este movimento, uma vez revisitado, oportuniza aprendizado histórico significativo para a trajetória humana ao longo do século XXI.

Assim destaco as histórias da educação que atravessam meu “fazer-se” (THOMPSON, 1997) operadora de Telemarketing na cidade de Fortaleza/CE, atividade profissional que interferiu na minha saúde física e psicológica enquanto trabalhadora.

Iniciei minha primeira atividade profissional com “metas estipuladas” em 2001, na época, não tinha nenhum conhecimento prévio das dificuldades/desafios que um operador de telemarketing está exposto. Mas ainda me recordo com total detalhe ao primeiro



**II CONEDU**  
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

xingamento que ouvi. Trabalhava como recuperadora interna de cobrança numa empresa de grande porte, prestava serviços a uma operadora de telefonia e a cliente com a qual Eu falava estava em débito porém com dificuldades em efetuar o pagamento. Tentando argumentar e recuperar a dívida fiz alguns questionamentos e a Sra. disparou uma série de xingamentos e desligou o telefone. Confesso que num primeiro momento meu desejo foi retornar a ligação e devolver os xingamentos mais sabia que não podia fazer isso pois as ligações eram monitoradas e os supervisores me puniriam pois a máxima “o cliente sempre tem razão” é extremamente aplicada na vida profissional de um operador de telemarketing. Como não podia expressar minha indignação a reação foi o choro que não consegui conter pois os xingamentos ainda não me eram comuns. Observei que os colegas que vieram me prestar solidariedade já absorviam com naturalidade as ofensas pois alguns faziam comentários do tipo:

“O primeiro xingamento é assim mesmo depois você acostuma.”

“Chora não sua boba você vai ouvir coisas piores não vale a pena ficar assim.”

Hoje decorrido 15 anos desse primeiro episódio posso afirmar que os insultos atrelados a constantes pressões e ameaças podem influenciar de maneira muito negativa na vida profissional/pessoal. Refiro-me ao profissional/pessoal pela vivência obtida na área de cobrança via telemarketing. Encerra-se um expediente já com a angústia e ansiedade do dia seguinte pois a “meta” está lá estampada, exposta e a todo instante há supervisores, coordenadores, gerentes lhe pressionando por mais resultado.

Ao se iniciar numa assessoria de cobrança o treinamento ministrado é realizado com o objetivo de “convencer” o profissional das vantagens que se tem em atuar na recuperação de crédito palavras do tipo: “Você determina o quanto irá ganhar” “Sua





**II CONEDU**  
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

dedicação e insistência será o diferencial no final do mês”. O diferencial citado no final do mês é o % que o profissional ganha sobre a meta estipulada.

No universo de call center de maneira geral as metas são estipuladas em função de performance/resultado a empresa contratante e os Gestores utilizam de várias estratégias para atingir/superar as metas estipuladas. Uma maneira de obter isso, é controlando o “tempo” do operador. Assim é estipulado meta de TMA (tempo médio de acionamento) e TTF (tempo médio falado) além dos controles de login (identificação via sistema de acesso do operador) com o monitoramento do tempo é possível obter mais e mais produção mais esse mesmo tempo é fator de adoecimento pois há Gestores que para obter os resultados necessários não só se apoderam do tempo como também usam de perseguição para aqueles operadores que não se “enquadram e desafiam as normas” há questionamentos por parte dos gestores do porquê de determinado operador ir tanto ao banheiro ou até mesmo se levantar gerando assim constrangimento e muitas vezes situações extremas como operador passar mal na própria “PA” (posição de atendimento) para não ser chamado atenção no meio de seus colegas.

A NR17 regulamenta aspectos de segurança no que se refere à atividade de telemarketing dado os riscos que envolve a saúde do trabalhador. Aspectos como espaço e altura da “PA” fiscalização dos instrumentos de trabalho (volume do head set, altura e iluminação da tela do computador, descanso para os pés) fiscalização dos intervalos de acordo com a lei que devem ocorrer da seguinte forma:

Após a primeira hora de trabalho dez minutos de intervalo, vinte minutos que deverá ser o intervalo de almoço e mais dez minutos antes da última hora trabalhada. É comum operadores que tem mais dificuldade em administrar o “tempo” não usarem seus intervalos de 10 minutos para poder melhorar a produtividade gerando assim mais





**II CONEDU**  
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

esgotamento e comprometendo a saúde física e psicológica pois a normativa da lei ao estabelecer esses intervalos têm por objetivo evitar o desgaste total do operador que na necessidade de atingir os objetivos estipulados coloca em risco sua própria saúde pois sabe que o não cumprimento de metas poderá ser fator determinante para sua permanência ou saída daquele trabalho.

## **CONCLUSÃO**

Essa pesquisa espera como resultado contribuir para ampliar as reflexões sobre a temática Telemarketing na memória histórica do mundo do trabalho. A escrita da memória histórica é algo que se insere no presente do ser humano, desde sua origem. Rememorar é uma atividade histórico-cultural de grandeza imensurável, pois a lembrança conserva aquilo que se passou e não retornará.

Na certeza de que necessariamente aperfeiçoamentos ao texto irão emergir ao longo do desenvolvimento de minhas investigações, acredito que a feitura deste artigo nos moldes que apresento possibilita conhecer, refletir e entender o universo do mundo do trabalhador de telemarketing, edificado ao longo do recorte espaço-temporal em análise, suscitando sempre novos questionamentos e, ainda, favorecendo a revisão das conclusões iniciais emergentes de novas observações e do trabalho com o conhecimento já produzido na área. Por derradeiro, destaco a provisoriedade deste texto, uma vez que a cada novo dia novos elementos agregaram mais questões ao problema sugerido por esta pesquisa.





**II CONEDU**  
CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

## REFERÊNCIAS

- DANTAS, Edmundo Brandão. **Telemarketing: a chamada para o futuro**.-3.ed.-São Paulo: Atlas, 1997.
- NOGUEIRA, Claudia Mazzei. A Feminização do trabalho no mundo do Telemarketing. **IN: ANTUNES, Ricardo(org.). Riqueza e miséria do trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2006.
- FERNANDES, S. R. P.; Pace, D. M. T. Di e PASSOS, M. F. D. **Organização e condições de trabalho em Telemarketing**, Salvador, 2008. Disponível em: <[www.maxipas.com.br/principal/pub/.../2008111710562424.DOC](http://www.maxipas.com.br/principal/pub/.../2008111710562424.DOC)>. Acesso em: 03 out. 2011.
- KOSIK, Karel. **Dialética do Concreto**. Tradução de Célia Neves e Alderico Toríbio, 2 ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1976.
- PORTELLI, Alessandro. **O que faz a história oral diferente**. *PROJETO HISTÓRIA, 14*, revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP, 1997, p. 25-39.
- BRASIL. Ministério Do Trabalho e Emprego. Secretaria de Inspeção do Trabalho. **Norma Regulatória nr 17 -Trabalho em Telemarketing e Teleatendimento**. Portaria n.º 09, de 30 de março de 2007. (DOU de 02/04/07). Aprova o Anexo II da NR-17 – Trabalho em Teleatendimento/Telemarketing.
- BENJAMIM, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. Tradução Sérgio Paulo Rouanet. – 7ª ed. – São Paulo, 1994.(Obras escolhidas).
- ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao Trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo: Cortez, 1997.
- ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho: ensaios sobre a afirmação e a negação do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2001.
- HOBBSBAWN, Eric. **Sobre história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**. 3.ed. São Paulo: Livraria Editora Ciências Sociais, 1982.
- THOMPSON, Paul. **A voz do passado: história oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

