



Revista Brasileira de Saúde Ocupacional

ISSN: 0303-7657

rbso@fundacentro.gov.br

Fundação Jorge Duprat Figueiredo de
Segurança e Medicina do Trabalho
Brasil

Boutet, Josiane

A atividade do trabalho nas centrais de atendimento: um trabalho de linguagem

Revista Brasileira de Saúde Ocupacional, vol. 31, núm. 114, 2006, pp. 73-82

Fundação Jorge Duprat Figueiredo de Segurança e Medicina do Trabalho

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=100517072007>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Josiane Boutet¹

¹ Professora de Lingüística no Institut Universitaire de Formation des Maîtres, de Paris, e na Université Paris 7 Denis Diderot – Langage et Travail.

A atividade do trabalho nas centrais de atendimento: um trabalho de linguagem

Working in call centers: a language work

Resumo

As evoluções do trabalho contemporâneo se traduzem, também, pelo crescimento da dimensão do uso da linguagem nas atividades produtivas. No setor de serviços, uma parte considerável do trabalho realiza-se por meio de diálogos e de comunicação entre cliente e trabalhador. Trata-se, nesse caso, de um verdadeiro trabalho de linguagem que nos leva a conceber esses trabalhadores como “trabalhadores da linguagem”. Analisaremos alguns diálogos profissionais em uma central de atendimento a fim de evidenciar a natureza do trabalho dos teleoperadores: um trabalho de verbalização, um trabalho enunciativo.

Palavras-chaves: diálogos, centrais de atendimento, sociolinguística, linguagem no trabalho, trabalho de linguagem, enunciação.

Abstract

The development of contemporary labour can be featured by the increasing use of language in many productive activities, mainly in the service area, where most jobs involve dialogues and oral communication. These activities can be considered as language jobs held by a new professional group, the “language workers”, as I have named them. By analysing and registering some dialogues in a call center in France, I came to the conclusion that telephone operating is a linguistic activity.

Keywords: dialogues, call centres, sociolinguistics, language at workplaces, linguistic job.

Introdução

Este artigo tem como objetivo analisar a emergência e o rápido crescimento das atividades de linguagem específica na esfera do trabalho, abordando, aqui, o atendimento pelo telefone nas centrais de atendimento. Essas práticas de linguagem profissional, cujo desenvolvimento pode ser observado nos locais de trabalho, constituem formatos de linguagem e de comunicação vinculados a novas situações sociais e históricas: a transformação contemporânea do trabalho e o crescimento dos “ofícios da linguagem” no setor de serviços. Após esta breve exposição acerca das principais transformações do trabalho contemporâneo e explicitação da nossa compreensão acerca da “dimensão da linguagem do trabalho”, trataremos especificamente de uma situação profissional, as centrais de atendimento, objetivando discutir como o contexto social local, caracterizado por solicitações contraditórias provenientes do corpo gerencial, leva os teleoperadores a um trabalho enunciativo específico cujos principais componentes tentaremos analisar.

Do capital lingüístico ao capital comunicativo

O sociólogo francês Pierre Bourdieu construiu grande parte de sua teoria apoiada sobre a noção do “capital simbólico”. Conhecemos a importância que teve essa evolução metafórica de um capital de natureza econômica em direção a um capital constituído pelos bens culturais, *habitus* socialmente reconhecidos e valorizados; e sabemos também que o capital propriamente *lingüístico* representa um elemento fundamental, para Pierre Bourdieu, do capital simbólico (1982). Inúmeros trabalhos desenvolvidos no campo da sociolingüística variacionista inspiraram-se nessa teoria, entre eles os variacionistas canadenses. Nesses trabalhos, o acesso socialmente distinto do capital lingüístico, como a posse socialmente discriminante dos bens lingüísticos, tornou-se uma variável externa equiparável à idade e ao nível escolar dos locutores. Nessa perspectiva, é essencialmente no plano das variáveis morfofonológicas e de sua estratificação social que os efeitos do capital simbólico ou suas correlações são estudadas.

No final dos anos 1960, nos Estados Unidos, foi introduzida uma abordagem teórica ambiciosa do exercício situado e con-

textualizado da linguagem na sociedade: a corrente da Etnografia e da Comunicação. Segundo um de seus fundadores, Dell Hymes (1971, 1972, 1974), seu objetivo é descrever e analisar os usos e as formas da fala (*speaking*) em toda sua complexidade etnográfica. Isso o levou a integrar o estudo tradicional do nível lingüístico – fonologia, morfologia, sintaxe e léxico – em âmbito mais globalizante – o da comunicação – e a substituir o estudo da competência lingüística proveniente dos trabalhos dos formalistas chomskianos – o relativo à “competência de comunicação” (HYMES, 1984). Sabemos igualmente do sucesso que esta noção teve nas Ciências Humanas e Sociais, principalmente na Etnografia e na Sociolingüística (BOUTET & MAINGUENEAU, 2005; MASQUELIER, 2005), mas ela deu, também, origem a profundas transformações na didática das línguas estrangeiras, sob a denominação de “abordagens comunicativas”. Esse sucesso não está certamente desvinculado do fato de que o lugar, o papel, as funções sociais e econômicas da comunicação verbal na nova economia mundializada estão em plena mutação. Conforme John Joseph Gumperz:

O papel desempenhado pela nossa competência comunicativa foi profundamente transformado. A aptidão para dirigir ou adaptar-se a diversas situações de comunicações tornou-se essencial; do mesmo modo, a capacidade de estabelecer relações com os indivíduos que não conhecemos tornou-se crucial para a aquisição de um poder qualquer, pessoal ou social. Devemos falar para afirmar nossos direitos e nossas qualificações; no universo profissional, contamos com nossas competências, no que diz respeito à interação e à persuasão para alcançar nossos fins. Resulta que o capital comunicativo é parte integrante do capital simbólico e social do indivíduo, forma de capital que é, em nossa sociedade, tão essencial quanto foi anteriormente a posse de bens materiais. (1989, p. 10-11)

Destacaremos a reorientação proposta por Gumperz da noção de capital lingüístico para a de “capital comunicativo”. Com efeito, as transformações sociais em curso, tanto da vida urbana como da profissional, fazem com que a posse dessa forma de capital se torne um desafio primordial. Assim, o acelerado processo de urbanização coloca todos, doravante, no campo das trocas interpessoais caracterizadas pelo anonimato: a vida urbana, diferentemente-

te da vida rural, permite a constituição de múltiplas redes de pertencimento e oferece inúmeras oportunidades de comunicação com pessoas desconhecidas. As grandes cidades se caracterizam pela densidade dos encontros (no sentido de Goffman), encontros que, além de tudo, são freqüentemente interculturais e multilíngües.

No entanto, mais do que nos encontros anônimos da vida cotidiana, é no universo profissional que cada vez mais se requisita o domínio das habilidades de comunicação, habilidades que constituem, indiscutivelmente, um capital comunicativo. O que é específico no período contemporâneo é a transformação profunda e geral do conteúdo propriamente dito do trabalho e, conseqüentemente, do nível de exigências concernente às competências relativas à linguagem, tanto escrita quanto oral. Alguns analisam tais modificações discutindo o trabalho imaterial (GORZ, 2003), outros discutem sobre o quase desaparecimento do trabalho manual em proveito do trabalho intelectual. Não obstante, quaisquer que sejam as descrições feitas e as denominações adotadas, todos os especialistas do trabalho, seja qual for a disciplina, concordam com a amplitude e com a natureza das transformações em curso. Quanto a nós, apresentaremos, a seguir, a importância adquirida pelas atividades simbólicas no trabalho atual, como a exigência das competências profissionais de comunicação.

A dimensão de linguagem do trabalho

Não abordaremos, evidentemente, o conjunto de reestruturações do mundo do trabalho. Será esse, no entanto, o pano de fundo de nossa exposição.

Crise do taylorismo

Durante o período taylorista, a organização social pôde se satisfazer com os saberes elementares transmitidos na escola – ler, escrever, contar – sem conferir junto aos trabalhadores o que estes conhecimentos adquiridos significavam alguns anos após a saída da escola nem como eram mobilizados nas situações efetivas de trabalho: seus saberes não faziam parte da definição dos postos de trabalho nem das competências requeridas. No campo daquilo que a Ergonomia designa como “o trabalho prescrito”, os trabalhadores tinham uma reputação de não serem possuidores da prática profissional de leitura e de escrita, com exceção da leitura dos dispositivos de segurança.

Os trabalhadores podiam até, durante os “trinta gloriosos”², ser não-francófonos. Não somente a organização do trabalho não foi afetada, como se beneficiou das dificuldades de comunicação entre os operários que não compartilhavam um mesmo idioma, indo, desta forma, ao encontro dos princípios tayloristas que concebiam o falar como uma verdadeira perda de tempo, um freio à produtividade. Certamente, no campo do “trabalho real”, os trabalhadores não eram nem mudos, nem despossuídos de práticas de leitura e de escrita, mas estas permaneciam sendo não reconhecidas, não-prescritas, não-visíveis. Tais conhecimentos não constavam da descrição oficial dos postos de trabalho, daquilo que a chefia esperava. Podemos evocar aqui a prática dos *pequenos cadernos* ou dos *pa-peizinhos*, enfiados nos bolsos das blusas ou dos uniformes, contendo as orientações e/ou um conjunto de observações sobre as máquinas e sobre os processos de produção. Estes “escritos para si” representam uma soma de conhecimentos acumulados que permitem resolver os imprevistos na produção, as panes e as disfunções operacionais. Trata-se de uma prática de escrita no trabalho, mas de uma prática, de certo modo, escondida, ignorada pela organização, mesmo que contribuísse de forma eficaz à realização do trabalho.

O conteúdo do trabalho humano

A crise mundial do taylorismo, a partir de 1973, irá transformar os dispositivos técnicos e as máquinas, implantando novas formas de administração e novos modos de organização do trabalho. Entre outras conseqüências, estas evoluções irão provocar uma profunda modificação do conteúdo propriamente dito do trabalho humano. Elas irão modificar o lugar do gesto, do corpo físico, do saber-fazer incorporado e serão acompanhadas de exigências de natureza cognitiva: dimensão cognitiva de escrita e de expressão verbal, por meio de atividades como a deliberação, a discussão, a argumentação, a negociação; saber se comunicar, saber solucionar coletivamente um problema, saber redigir múltiplos documentos, como saber ler e interpretar os conteúdos nas telas dos computadores. Desenvolvem-se e generalizam-se, em numerosos setores profissionais, as atividades de vigilância e de controle no lugar das atividades físicas sobre as máquinas. Daí resultam novas e importantes exigências em termos de competências e do saber-fazer profissional que implicam a dimensão

² Na França, trata-se do período que se inicia na Reconstrução, após a Segunda Guerra Mundial, até o primeiro choque do petróleo em 1973.

cognitiva da linguagem, tanto oral como escrita. Não se trata simplesmente de exigências técnicas de comunicação, leitura e escrita, mas de exigências quanto à aplicação específica do conhecimento. Hoje não é mais possível apreendê-las como simples saberes técnicos, como “uma bagagem intelectual” mais ou menos adquirida pelos trabalhadores: elas engajam e mobilizam a inteligência, são os vetores da aplicação dos saberes e conhecimentos. É o que certos pesquisadores irão designar como um “chamado à inteligência” dos trabalhadores (CLOT, 1995).

Paralelamente a esta evolução dos ofícios e do trabalho industrial, outro fenômeno econômico e social coloca à frente a importância da palavra e da comunicação. É a forte tendência à terceirização dos empregos: o desenvolvimento do setor de serviços – tanto dos serviços pessoais quanto de recepção ou de teletrabalho. Nesses ofícios, cujo crescimento mundial é expressivo, as habilidades de comunicação são primordiais. Do ponto de vista econômico, a visibilidade atual da função cognitiva da linguagem significa que a comunicação verbal e os escritos no trabalho tornaram-se fatores de produtividade nas empresas (HELLER, 2002; BOUTET, 2005). Para dar conta, ao mesmo tempo, das transformações históricas e sociais do conteúdo do trabalho e da importância tomada pela dimensão cognitiva das atividades de linguagem, propomos a noção de “dimensão de linguagem do trabalho” (BOUTET, 2001).

Essa “dimensão de linguagem do trabalho” se realiza segundo três modalidades semióticas, variáveis em função dos ofícios e das situações de trabalho concernentes a: uma semiótica oral nas atividades de comunicação entre os trabalhadores ou entre os trabalhadores e o público³; uma semiótica da escrita nas atividades de escrita e de leitura das mensagens organizadas em sinais lingüísticos e obedecendo a uma sintaxe da língua, direcionadas aos colegas e/ou aos clientes (passa-se, particularmente, à gestão das mensagens de reclamações); uma semiótica da escrita não-sintática, no caso de atividades de escrita e de leitura dos objetos simbólicos não organizados pela sintaxe da língua, como tabelas, gráficos, esquemas, números e até representações figurativas do real como maquetes. Mas o que caracteriza de forma importante a “dimensão de linguagem do trabalho” é que as atividades de linguagem profissionais ocasionam, na maioria das vezes, essas três

semióticas de modo simultâneo e não de forma descontínua em termos temporais: fala-se escrevendo e lendo ao mesmo tempo. Assim, os teleoperadores, cujo trabalho da linguagem analisaremos adiante, atendem os clientes ao telefone manipulando e lendo ao mesmo tempo os escritos na tela do computador ou em documentos de referência e escrevendo anotações ou observações diversas.

Emergência de um trabalho da linguagem

A exigência de competências de comunicações transformou diversos ofícios caracterizados pelo contato com os clientes. É o caso, por exemplo, dos cobradores da SNCF⁴ (FAÏTA, 1992). Os agentes comerciais de trem, doravante denominados ACTs, encontram-se na intercepção de um conjunto de problemas organizacionais na referida empresa e são os únicos levados a assumir as políticas por ela adotadas, em particular as imposições tarifárias junto aos usuários. Para solucionar os inúmeros problemas levantados pelos passageiros, estes agentes realizam um trabalho puramente verbal e de comunicação. É debatendo e procurando encontrar soluções com o cliente-passageiro que estes trabalhadores devem convencê-lo da justeza e da legitimidade do ponto de vista da empresa e assim contornar os conflitos surgidos. Além disso, como indica a nova nomenclatura atribuída a esse ofício, eles não são mais apenas agentes “técnicos” mas “agentes comerciais” que devem vender produtos SNCF graças à fala. A autoridade pura dos antigos cobradores substituem-se pelas competências relacionais e de comunicação. Esse agente não é mais, portanto, um perfurador de bilhetes, mas, sim, um especialista da comunicação.

Em um outro setor profissional, o *tele-marketing*, presenciamos o desenvolvimento de profissões inteiramente centradas na comunicação. Em certas empresas, observamos um fenômeno de taylorização ou de racionalização das comunicações verbais: sua forma é padronizada, são praticadas sob o controle do tempo, podendo a chefia exercer controle permanente por meio de dispositivos técnicos (recuperação das “lixeiras” nos computadores, intromissão verbal durante a comunicação telefônica), e obedecem a exigências determinadas de rentabilidade etc. (BOUTET, 1998). Esta tendência de taylorização das comunicações afeta, de forma geral, as centrais de atendimento especializadas na abordagem domiciliar e/ou na venda de produtos.

³ Os ofícios de serviços supõem um trabalho face a face entre os assalariados e não-assalariados. Estas situações sociais são evocadas, desde então, na literatura científica pelo nome de “relação de serviço”. Segundo as empresas, esta categoria de não-assalariados pode ser designada como “o público”, “os clientes”, “os usuários”.

⁴ N. da T.: SNCF – Société Nationale des Chemins de Fer Français, Companhia Nacional de Estradas de Ferro Francesa.

Quando a atividade dos centros refere-se ao auxílio e à resolução de problemas por telefone, as comunicações são menos formatadas.

Uma retórica atenuante

É assim que a atividade dos teleoperadores nas centrais de atendimento da empresa pesquisada⁵ se realiza, à maneira de um atendimento pelo telefone, sem controle rigoroso do tempo. A atividade técnica é enquadrada pela existência de procedimentos, regras, regulamentações da empresa (tarifas, distribuição de energia) e por argumentos escritos (ofertas comerciais, estudos de tarifas). Mas a atividade de comunicação é relativamente pouco prescrita: sem controle de tempo, sem rotinas, destacando-se apenas as relativas à polidez com os clientes. Esta atividade se caracteriza claramente, portanto, como uma produção endógena dos teleoperadores.

A especialidade e os conhecimentos mobilizados por estes trabalhadores durante o auxílio por telefone colocam-nos objetivamente em posições assimétricas em relação à clientela, que não tem experiência no âmbito profissional aqui analisado, a saber, a energia. São operadores que conhecem e que podem tomar decisões racionais, ao contrário dos clientes. Quanto à energia, a clientela é geralmente inexperiente e exprime sem rodeios sua falta de conhecimentos, sua ignorância sobre o funcionamento técnico, como pode ser observado a seguir:⁶

1. Atendente: No que diz respeito à utilização dos horários promocionais, o senhor conhece bem seu intervalo?

Cliente: Bem, não exatamente, *não sei de jeito nenhum como funciona* esse negócio

Atendente: Então vou indicar os intervalos dos horários promocionais (...) o senhor pode mudar seu acúmulo do funcionamento reforçado, que vai aquecer sua água – bem, não necessariamente durante os horários promocionais, o que quer dizer que o senhor terá um – o senhor vai ter um preço do kilowatt mais caro.

Cliente: Sim, mas aí então – sim, mais aí então, me desculpe, mas *como a gente faz para fazer isso?*

Atendente: Então, o senhor vai até o medidor...

Mas esta relação de desigualdade objetiva não pode mais ser dita ou expressada abruptamente hoje; deve ser de certa forma eufemizada, atenuada. Isso, porque, do lado da organização da empresa – diretoria

de recursos humanos, marketing, formação, publicidade – há uma obsessão em conservar a clientela (abertura da concorrência às empresas particulares em 2007) e, como consequência, o temor que o cliente não fique satisfeito, não seja bem tratado pelos funcionários, não tenha a possibilidade de se expressar, de ser orientado, não compreenda a situação. Assim, a organização se confronta com uma profunda contradição entre os limites técnicos e os imperativos comerciais, contradição que repercute nos teleoperadores. Mesmo que a divisão da competência e dos conhecimentos seja desigual, é necessário dar ao cliente a impressão de que ele compreende, que ele sabe e que vai decidir, o que a empresa sintetiza como fórmula “da escolha-cliente”.

Também a atividade comunicacional dos atendentes estende-se a uma situação de dupla coerção e é enquadrada por injunções paradoxais: ele deve ser um especialista técnico, mas deixando a livre escolha ao cliente; ele deve aplicar as regras e os procedimentos técnicos da empresa, mas sem dizer ou demonstrá-los à clientela; sua posição é de dominação objetiva (conhecimentos especializados, acesso às informações, poder real como o corte de energia ou a emissão de faturas), mas deve mascarar ou atenuar esta situação, fazendo com que o cliente creia que ele tem poder de escolha, que ele domina a situação, que ele decide; o operador, por sua vez, deve persuadir, convencer, aconselhar o cliente a fazer boas escolhas técnicas, mas sem decidir em seu lugar.

Como pudemos analisar, *é pelo trabalho da linguagem* que os atendentes superam essa contradição, pela mobilização de recursos e competências linguísticas na interação propriamente dita. Para resolver a tensão entre essa assimetria objetiva de posições no diálogo e a injunção gerencial de um cliente com poder de decisão, eles constroem no diálogo a posição de um cliente associado às decisões, fazendo uso de seu livre-arbítrio, comprometido com um processo de divisão e de aquisição de conhecimentos técnicos. Ao pôr em prática diferentes métodos linguísticos e discursivos, eles participam da criação *in situ* da emergência local de uma retórica que qualificamos como sendo uma “retórica da atenuação” (LANGUE FRANÇAISE, 2004): atenuação e minimização do poder da empresa sobre o cliente; atenuação e divisão (relativa) dos saberes técnicos dos atendentes. A seguir, examinaremos os principais

⁵ Trata-se da empresa de eletricidade EDF (Electricité de France). Desenvolvemos nossa pesquisa com uma dúzia de centrais de atendimento espalhadas em toda França e gravamos 300 diálogos profissionais.

⁶ Grafamos em itálico as passagens sobre as quais repousam nossa argumentação.

procedimentos gramaticais, estilísticos ou discursivos presentes nos diálogos profissionais.

Construção discursiva da “escolha-cliente”

Se, por um lado, as escolhas do cliente são, de fato, amplamente enquadradas pelos limites técnicos ou organizacionais – para um tipo determinado de instalação é necessário um tipo determinado de potência elétrica necessária – por outro lado, os trabalhadores efetuam um trabalho de linguagem capaz de atenuar ou eufemizar tais limites e de apagar os argumentos técnicos de autoridade. Eles constroem na própria interação um espaço discursivo do cliente que dá margem à escolha, a seu livre-arbítrio, à sua deliberação. Assim, podemos observar numerosas expressões relativas à opção, à escolha, à decisão que cabem ao cliente: “é como o senhor quiser”, “o senhor faz como desejar”, “o senhor pode escolher a opção x ou a opção y”, “o senhor possui diferentes possibilidades”, “há duas soluções”, “o senhor poderá escolher” etc. Exemplos:

2. Atendente: Certo, *ou é o senhor quem faz esta abertura para o cabo telefônico estabilizador ou é o senhor quem faz ou é... há, um profissional ou é o senhor ou nós.*
3. Atendente: Para o seu apartamento *o senhor tem a possibilidade de optar* ou por uma potência de 600 watts com tarifa simples *ou optar* por uma potência de 6000 watts com tarifa dobrada.

A fim de aconselhar, orientar em lugar de impor, os atendentes usam, com frequência, tempos condicionais e futuros, verbos modais volitivos, como “poder, querer, desejar”, expressão da hipótese, verbos do campo conceitual referente ao conselho e à sugestão:

4. Atendente: Então, depois é como quiser – ou deixamos a mesma opção tarifária que estava em uso – 6000 watts – se aceitar o princípio.

Cliente: Qual era a opção tarifária que o locatário anterior possuía?

Atendente: Era a tarifa simples – a que era, aparentemente, a mais interessante para ele – o que acontece – é que o custo da assinatura – eu vou lhe mostrar a diferença, assim *o senhor poderá escolher* – a opção básica – portanto 6000 watts – a assinatura custa 59 euros, 1 preço líquido ao ano com um custo de Kwh que é o mesmo a qualquer hora do dia ou da noite – então, 0,180 euros preço líquido – e *se o senhor desejar optar* por uma opção com horários

promocionais – a assinatura aqui é mais elevada, uma vez que é de 102 euros 28 – por outro lado, o senhor economiza 40% em relação ao preço do Kwh durante os horários promocionais (...)

Cliente: Isso não serve para nada.

Atendente: *O senhor faz como quiser – eu no seu lugar conservaria a mesma opção tarifária que já existia no local.*

Neste exemplo, o atendente sabe qual a melhor escolha a ser feita, mas não pode usar a forma direta da injunção: “faça isso, melhor é aquilo”. Após ter apresentado ao cliente um conjunto de informações destinadas a guiá-lo em sua deliberação, encerra o atendimento lembrando que é o cliente quem decide, “ele faz como quer”, mas retoma imediatamente ocupando o lugar do cliente “se eu fosse o senhor”. Este método lhe permite dizer assertivamente a melhor das soluções, sem, contudo, assumir diretamente “eu conservaria a opção já existente”.

Construção discursiva de um lugar de cliente-parceiro

Em vários diálogos profissionais, o atendente associa explicitamente o cliente à sua argumentação ou às suas explicações. A busca da solução certa é claramente apresentada como uma ação conjunta, como uma cooperação. O teleoperador constrói em sua própria enunciação uma relação de parceria com o cliente. Assim, no exemplo seguinte, é possível observar que o atendente coloca em prática uma dupla estratégia discursiva. Por um lado, esclarece previamente todas as ações que serão efetuadas de forma a associar diretamente o cliente ao procedimento em curso; observava-se o emprego do futuro e do futuro perifrástico, como “veremos”. Por outro lado, constrói linguisticamente a cooperação do cliente por meio do advérbio “junto”, que repete cinco vezes em alguns segundos:

5. Atendente: Primeiro, vou pôr o contrato em nome de seu filho. E, em seguida, *veremos juntos – faremos juntos* um estudo sobre as tarifas para determinar a opção mais interessante a ele – e, enfim, *veremos juntos* os serviços que poderão ser interessantes (...) e, justamente, iremos determiná-lo *juntos* – falei do que está sendo usado atualmente e farei algumas perguntas para que *nós determinemos juntos* as condições tarifárias mais interessantes a ele.

Aproximar os sistemas de conhecimentos

Uma das evoluções contemporâneas dos formatos de comunicação consiste em

misturar ou aproximar as posições de especialista e não-especialista. Os teleoperadores participam deste movimento que podemos compreender como uma forma de democratização do saber. Não apenas utilizam alguns jargões, expressões técnicas complexas que dificultariam a compreensão dos clientes, como também os aplicam, freqüentemente, em atividades de tradução do universo técnico do pensamento da empresa para o pensamento dos clientes, ou mesmo em microatividades didáticas.

A “tradução” dos termos técnicos da empresa

Pode ocorrer que certos teleoperadores empreguem expressões técnicas que lhes são familiares, o que provoca a incompreensão dos clientes. É o caso da expressão técnica “sistema associado com uma bomba à calor para ar condicionado reversível”, como no exemplo seguinte:

6. Atendente: Não há sistema... há, associado a uma bomba à calor para ar condicionado reversível.

Cliente: Aí você está falando grego comigo.

Atendente: Bem – eu explico – não há – há apenas aquecimento e não haverá ar condicionado – para simplificar.

Frente à incompreensão explícita da cliente (“você está falando grego comigo”), o teleoperador faz imediatamente uma paráfrase de sua própria fala e produz uma espécie de tradução de suas palavras em linguagem comum. Enquanto a expressão técnica associa em um mesmo sintagma um objeto técnico e sua dupla funcionalidade, o teleoperador simplifica o sintagma dissociando a dupla funcionalidade e expressando-a de forma linear no discurso: o aquecimento de um lado e o ar condicionado do outro.

Os scripts

Os operadores evitam geralmente os jargões ou termos técnicos, mas empregam, em compensação, expressões determinadas pela empresa, como *conta-contrato*, *reativação de serviço*, *estudo tarifário*, *balanço de qualidade*, *balanço térmico*, *otimização da instalação*, etc. Todas essas palavras que compõem tais expressões pertencem ao vocabulário usual e comum e são compreensíveis. Mas é a sua junção, sua co-locação que engendra um sentido preciso e lhe confere um valor propriamente terminológico. Estas co-locações pertencem ao universo técnico da empresa e desencadeiam procedimentos totalmente

codificados: procedimentos de pagamento, de reativação do serviço, de tarifação, de mudança. Pronunciar essas expressões ou ouvi-las desencadeia necessariamente aos teleoperadores um *script* mental preciso e, por conseguinte, ações a serem realizadas de forma precisa.

Assim, quando o teleoperador pronuncia a co-locação “a conta-contrato”, ele se refere a um *script* de mudança de locatário, ou seja, energia mantida e pagamento de um acesso à energia reembolsável em caso de rescisão da assinatura. Este não é, absolutamente, o caso do cliente, para quem nenhum roteiro, nenhuma ação pertinente estão relacionados a essa expressão. Certamente ele compreende cada uma das palavras – conta, contrato – pois não são termos técnicos, mas não desencadeiam nenhum *script* de ação pertinente que permita sua compreensão:

7. Atendente: E a *conta-contrato* eu ... há... o senhor a recebeu ou não?

Cliente: A *conta-contrato*?

Atendente: Sim.

Cliente: Há...bem...

Atendente: Então, é a conta, de fato, na qual constam as despesas de energia, que são de 13 euros 55.

Cliente: Ok, sim.

Para ser compreendido, o teleoperador deve, de fato, descrever essa conta e extrair uma das propriedades: é nela que se encontram as despesas de acesso à energia – “despesas de energia”.

Situação análoga é engendrada pelo emprego da expressão “reativação de serviço”. As palavras “reativação” e “serviço” não são de forma alguma termos técnicos e, mais ainda, a expressão “reativação de serviço” pertence a uma linguagem cotidiana. É especificamente o lugar desta atividade de “reativação de serviço” no contexto do procedimento “mudança” que não é acessível ao cliente. Para este, uma “reativação de serviço” desencadeia o *script* do “corte” de eletricidade. Não sabe que o procedimento atual é outro. Para o teleoperador, falar de “reativação de serviço” se inscreve em um *script* de ação em que se mantém a energia durante um tempo determinado e, em seguida, faz-se um novo contrato:

8. Cliente: Bom dia, desculpe incomodar. É o seguinte, estou telefonando... a gente acabou de receber as chaves de um novo apartamento, quer dizer foi ontem, e então – haverá uma mudança de nome no

que se refere à eletricidade, há... aos históricos de consumo do medidor.

Atendente: Certo. Então, o senhor deseja fazer a *reativação do serviço* de seu novo apartamento.

Cliente: Bem, na verdade não houve corte, se é isso o que quer saber.

Atendente: Sim, refazer o contrato no seu nome simplesmente.

Cliente: Sim, é isso.

Atendente: Ok.

Cliente. Não sei direito como isso se chama. (risos)

Reformulação, paráfrase

Os procedimentos de reformulação não são uma especificidade das situações de comunicação desiguais, mas sim da própria atividade de linguagem que possibilita a reflexividade no discurso (AUTHIER-REVUZ, 1995). Eles caracterizam, contudo, situações sociais em que os interlocutores não possuem as mesmas competências, lingüísticas ou comunicacionais, nem os mesmos conhecimentos. Eles permitem assegurar a intercompreensão, verificar os processos de construção do sentido. Assim, atuam didaticamente nas trocas comuns. Reformulamos as palavras de criancinhas, alunos em situação escolar, locutores cuja língua materna é outra etc.

No exemplo seguinte, após uma solicitação inicial um pouco confusa do cliente, que se perde em uma narração sem limpidez, o teleoperador propõe uma reformulação sintética. Nota-se que ele é cauteloso ao submeter sua própria compreensão à avaliação do cliente: “se entendi bem”.

9. Cliente: Há...é por uma instalação, há... como posso explicar – eu comprei uma casa e há... uma granja mais exatamente falando – para reformar – e então ela (um teleoperador anterior) havia feito um documento provisório de instalação de um medidor – e há... porque – eu deveria lhe confirmar se havia ou não um medidor – porque eu – achei que tinha visto um e este medidor não está funcionando no momento – ele está fechado – e era para eu lhe confirmar que o medidor estava/que tinha um medidor na granja – na minha parte e ele está fechado agora.

Atendente: Certo – então, se entendi bem – o que o senhor deseja *é confirmar a essa*

pessoa que há um medidor no local e que talvez esteja funcionando.

Cliente: Sim, é isso.

O teleoperador funciona, assim, como um mediador entre o mundo dos clientes e o mundo técnico da energia. No exemplo número 10, o atendente substitui as palavras e expressões cotidianas do cliente pelas palavras precisas que designam os procedimentos técnicos da empresa:

10. Cliente: É o seguinte, tenho uma assinatura mensal e, há... regulei meu medidor em função dos horários promocionais e não-promocionais e gostaria de saber em que pé estou em relação à mensalidade, porque a última verificação do consumo deve ser feita no próximo mês – e eu gostaria de saber se excedi ou como está.

Atendente: Ah, certo. Antes que a gente emita sua fatura de regularização a senhora gostaria de fazer comigo um balanço do seu consumo.

Cliente: sim, para saber como funciona. (risos)

Ele reformula a frase passiva do cliente sem mencionar o agente do processo “a última verificação do consumo deve ser feita no próximo mês”, em uma frase ativa com expressão do sujeito ativo “a gente” e com a expressão de ação precisa “emitir a fatura”, o que resulta em: “antes que a gente emita sua fatura de regularização”.

Microatividades didáticas

Os atendentes realizam diversas atividades de linguagem com função de definição, principalmente durante as seqüências explicativas. Sem nem esperar a intervenção do cliente, ou prevendo sua possível incompreensão, eles se entregam a atividades metadiscursivas:

11. Atendente: O senhor poderia fazer um diagnóstico confiança-segurança *de fato* é um organismo (...) é simplesmente um diagnóstico de sua residência, certo – então este diagnóstico – este balanço-renovação ...
12. C. A senhora tem a possibilidade de solicitar a realização de um diagnóstico confiança-segurança – então, *de fato* é um serviço novo chamado diagnóstico segurança que lhe permite justamente....

Conclusão

Durante seu trabalho enunciativo para conduzir da melhor maneira sua atividade profissional, os teleoperadores mobilizam os recursos oferecidos pela língua francesa, como os tempos verbais, as modalidades, o léxico. Nesse sentido, pode-se afirmar que eles aplicam competências ou saberes pessoais adquiridos no decorrer de sua socialização inicial enquanto locutores nativos da língua francesa, assim como de sua trajetória de escolarização. São habilidades linguísticas indispensáveis ao exercício dos serviços prestados por telefone e não se pode imaginar um trabalhador em tais situações que não as possua. São de certa forma pré-requisitos do trabalho de atendente. Mas esses conhecimentos sobre a língua não são de modo algum suficientes. Essas competências linguísticas exercem-se nas práticas de linguagem, nas ações que eles co-constroem discursivamente com os

usuários: traduzir, explicar, provar etc. A co-ocorrência regular de procedimentos discursivos similares, no caso de todos os atendentes, conduz à emergência local e situada naquilo que proponho designar como “retórica de atenuação”, retórica que, por meio dessas formas regulares, possibilita (ou tenta) resolver linguisticamente uma contradição social. Nesse sentido, se é que podemos fazer essa comparação, esta retórica endógena e local produzida pelo trabalho enunciativo dos operadores assemelha-se às habilidades dos trabalhadores: tanto em um como em outro caso são formas de fazer locais, produzidas coletivamente pelo confronto entre a realidade do trabalho – das máquinas, das ferramentas, da matéria-prima em um caso, dos usuários, de um telefone e de um computador no outro – e as prescrições da organização do trabalho.

Agradecimento

A autora expressa sua gratidão à doutora Selma Venco por sua valiosa colaboração na tradução para o português do texto originalmente redigido em francês.

Referências Bibliográficas

- AUTHIER-REVUZ, J. *Ces mots qui ne vont pas de soi*. tomos 1 et 2. Paris: Larousse, 1995.
- BENVENISTE, E. L'appareil formel de l'énonciation. *Langages*, v. 17, p. 12-18, 1970; repris dans _____. *Problèmes de linguistique générale*, volume II, Paris: Editions de Minuit, p. 79-88, 1974.
- BORZEIX, A., FRAENKEL, B. (dir.). *Langage et travail: communication, cognition et action*. Paris: Editions du CNRS, 2001.
- BOURDIEU, P. *Ce que parler veut dire*. Paris: Fayard, 1982.
- BOUTET, J. Quand le travail rationalise le langage, In: KERGOAT, J. et al. *Le monde du travail*. Paris: La Découverte, 1998. p. 153-164.
- _____. La part langagière du travail: bilan et évolution. *Langage et Société*, n. 98, p. 17-42, 2001.
- _____. Au cœur de la nouvelle économie, l'activité langagière. *Sociolinguística*, 2005.
- BOUTET, J.; MAINGUENEAU, D. Sociolinguistique et analyse de discours: façons de dire et façons de faire. *Langage et Société*, n. 114, p. 15-47, 2005.
- CLOT, Y. *Le travail sans l'homme? Pour une psychologie des milieux de travail et de vie*. Paris: La Découverte, 1995.
- FAÏTA, D. Le travail du contrôleur SNCF. *Cahiers Langage et travail*, n. 4, 1992.
- GORZ, G. *L'immatériel*. Paris: Galilée, 2003.

- GUMPERZ, J. J. *Discourse Strategies*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
- _____. *Engager la conversation. Introduction à la sociolinguistique interactionnelle*. Paris: Minuit, 1989.
- HELLER, M. *Eléments pour une sociolinguistique critique*. Paris: Didier, 2002.
- HYMES, D. Sociolinguistics and the Ethnography of Speaking. In: ARDENER, E. *Social anthropology and language*. London: Tavistock, 1971. p. 47-93.
- _____. Models of the interaction of language and social life. In: GUMPERZ, J. J., HYMES, D. (eds.). *Directions in sociolinguistics. The ethnography of communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston Inc., 1972. p. 35-71.
- _____. Social anthropology, sociolinguistics and the ethnography of speaking. In: _____. *Foundations in sociolinguistics; an ethnographic approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1974. p. 83-117.
- _____. *La compétence de communication*. Paris: Hatier, 1984.
- LANGUE FRANÇAISE: Procédés de modalisation: l'atténuation, n. 142. France: Larousse, 2004.
- MASQUELIER, B. Anthropologie Sociale et analyse du discours. *Langage et Société*, n. 114, 2005.