

# **TRANSEXUALIDADE E EMPREGO: UMA ANÁLISE DA INCLUSÃO NO SETOR DE TELEMARKETING**

Andrea Kakitani Carbone<sup>1</sup>

## **Resumo**

Nesse artigo é investigada a racionalização produtiva e as relações sociais dela decorrentes a partir do caso emblemático do telemarketing. A organização do trabalho, o acentuado uso da tecnologia e as formas de controle impostas no ramo visam o aumento da produtividade, mas inevitavelmente causam impactos aos operadores. Dentro dessa lógica, por meio de pesquisa de caráter qualitativo, estuda-se um grupo social específico – o de pessoas transexuais – inserido no trabalho das centrais de atendimento e submetido às novas relações de trabalho. A exclusão social vivenciada por transexuais contrapõe-se à inclusão no setor de telemarketing.

Palavras chave: transexualidade – telemarketing – call center.

## **Abstract**

This paper looks into the social relations resulting from the rationalization of production in the particular case of telemarketing. The organization of labour, the significant use of technology and the methods of control that are enforced in the business aim an increase in productivity, but inevitably cause an impact on the workers. Within this approach, by means of qualitative research, it is studied a unique social group – transgender people – placed on call centers and submitted to new labour relations. The social exclusion suffered by transsexuals opposes the integration in the telemarketing companies.

Keywords: transsexuality – telemarketing – call center.

---

<sup>1</sup> Graduada em Direito pela Universidade de São Paulo.

## **Introdução**

O objeto deste artigo situa-se na interface entre a exclusão social da população transexual e a inserção no mercado formal de trabalho que o setor de telemarketing brasileiro proporciona. Investiga-se a possibilidade de ser estabelecida alguma relação entre as condições de trabalho dos operadores e a marginalização do grupo social em questão. Além disso, é analisado se a entrada de pessoas trans no mercado formal de trabalho abre possibilidades para um senso de pertencimento social das mesmas.

Nesse sentido, a hipótese é de que a reestruturação produtiva teve como consequência a criação de novos postos de trabalho, os quais têm como características marcantes a flexibilização e as condições de trabalho precárias. É nesse contexto, então, que as desigualdades – sociais e econômicas – vividas pela população transexual se tornam fatores condicionantes do ingresso no mercado de trabalho, possibilitando a inclusão, mas, ao mesmo tempo, ocupando uma atividade precária e realizada à distância, de modo que são reforçadas as barreiras do preconceito.

A metodologia aqui empregada envolveu a revisão de literatura e a análise de dados e relatos, estes coletados por meio de entrevistas realizadas com mulheres transexuais que trabalharam no setor de telemarketing.

## **Sexo, gênero, identidade e seus desdobramentos**

A noção de dimorfismo sexual, aparentemente datada desde o início da humanidade, contrapondo frontalmente os corpos feminino e masculino, é, em verdade, um produto cultural e histórico. Segundo Laqueur (2001), durante milhares de anos acreditou-se que homens e mulheres detinham a mesma genitália – enquanto a deles se projetava para fora, a delas permanecia dentro do corpo. Desse modo, no século II d.C., foi desenvolvido

“o mais poderoso e exuberante modelo da identidade estrutural, mas não espacial, dos órgãos reprodutivos do homem e da mulher, demonstrava com detalhes que as mulheres eram essencialmente homens, nos quais uma falta de calor vital – de perfeição – resultara na retenção interna das estruturas que no homem são visíveis na parte externa.” (Laqueur, 2001, p. 16)

Havia, portanto, uma unidade fundada na hierarquia entre os sexos. Isto é, ainda que a morfologia de homens e mulheres fosse essencialmente a mesma, um detinha “calor vital” e a outro faltava, um lado era inevitavelmente superior ao outro.

Ao final do século XVIII e início do século XIX, no entanto, houve uma crítica mudança de paradigma: a diferenciação sexual passou a ser determinada por meio de diferenças ditas fundamentais entre os sexos feminino e masculino, ou seja, distinções biológicas entre mulheres e homens. A visão una, ainda que hierárquica, de outrora foi substituída não apenas pela diferenciação dos corpos como também da moral.

Com fortes influências iluministas, já ao final do século XIX, a diferença entre os sexos torna-se estritamente ligada à “natureza dos corpos”. Em outras palavras, os estudos biológicos – a-históricos – formam uma base sólida de conhecimento científico que justifica a ordem social fundada em dois sexos “estáveis, incomensuráveis e opostos” (Laqueur, 2001, p. 18), de modo a compor espaços políticos, econômicos e culturais distintos para homens e mulheres. O feminino e o masculino associam-se, então, ao cumprimento de papéis pré-determinados e à manutenção de uma posição social.

Se antes o sexo era compreendido através de seu caráter sociológico, após as radicais mudanças científicas, ele passou a ser uma categoria ontológica. Dessa forma, a ciência atendeu às demandas culturais, políticas e econômicas que imperavam à época e ainda hoje imperam:

“[...] é amplamente reconhecido o fato de que a Biologia e a Medicina, ou seja, os campos do saber científico que tratam diretamente dos corpos sexuados, podem ter sido influenciadas pela percepção social e cultural das diferenças sexuais. Essa influência pode explicar o longo tempo de sobrevivência de argumentos científicos sobre a inferioridade intelectual inata das mulheres.” (Löwy, 2009, p. 40-41)

Nesse contexto de acirramento das relações de gênero, a teoria clássica marxista<sup>2</sup> compreendeu a relação econômica da propriedade privada como o alicerce da opressão das mulheres no casamento e no seio da família, estabelecendo a subordinação feminina dentro de um espectro maior das relações capitalistas de classe, sem, todavia, explorar as peculiaridades das políticas sexuais (Haraway, 2004). Ainda que insuficiente para os estudos modernos de gênero, a análise deu o pontapé para o que se entende hoje como divisão sexual do trabalho.

Essa divisão parte das diferentes condições vivenciadas entre homens e mulheres, tais como os tipos de trabalhos exercidos e os espaços frequentados, estruturadas com base na ideia de indivíduos essencialmente diferentes, os quais estariam aptos apenas a tarefas condizentes com seus traços psicológicos e biológicos. Às mulheres a esfera

---

<sup>2</sup> A intersecção analítica entre o papel da mulher e a propriedade privada se dá, principalmente, na obra “A Origem da Família, da Propriedade Privada e do Estado” de Friedrich Engels.

reprodutiva e de baixo valor social agregado, aos homens a esfera produtiva e de alto valor social agregado (Kergoat, 2009).

Durante o século XX, são aprofundados os sentidos e as tecnologias de diferenciação sexual, não somente pela medicina e pela biologia, mas também pelos novos adventos da psicologia e da psicanálise. Nesse contexto, a segunda onda feminista forma-se em torno do conflito entre os determinismos biológicos e o construcionismo social, criando o paradigma da identidade de gênero – “uma versão funcionalista e essencializante da percepção de Simone de Beauvoir nos anos quarenta, de que não se nasce mulher” (Haraway, 2004, p. 216).

Há, nesses termos, fortes distinções entre “sexo” e “gênero”, criando categorias binárias dentro da teoria feminista. Assume-se o “sexo” enquanto aquilo que é natural, inalterável, ideia ligada ao corpo científico, enquanto o “gênero” seria fruto das relações sociais, das relações de poder e da cultura dentro de uma sociedade.

Entretanto, os esforços para a separação das categorias “sexo” e “gênero” foram criticados, ao final do século XX e início do século XXI, por novas teóricas feministas, em sua maioria estadunidenses. Segundo esse novo movimento, a rejeição à construção social do “sexo” implica no entendimento de um corpo neutro, concebido de forma imparcial. Com isso, se limitariam os sujeitos alcançados pela teoria, uma vez que a naturalização do “sexo” parte da ideia de que os conhecimentos científicos acerca dos corpos são, igualmente, imparciais. Assim, relata Haraway (2004, p. 222):

“Situadas no quadro epistemológico do binarismo natureza/cultura e sexo/gênero, muitas feministas (inclusive feministas socialistas e marxistas) apropriaram a distinção sexo/gênero e o paradigma interacionista para argumentar a favor da primazia da cultura-gênero sobre a biologia-sexo, numa enorme gama de debates na Europa e nos Estados Unidos. [...] Em meados dos anos oitenta, uma crescente suspeita sobre a categoria de gênero e sobre o binarismo sexo/gênero entrou na literatura feminista nesses debates. Esse ceticismo era parcialmente resultado dos desafios ao racismo nos movimentos euroamericanos de mulheres, de tal modo que algumas das raízes coloniais e racistas do quadro se tornaram mais claras.”

A categoria “gênero” foi, então, alvo de críticas por feministas negras porque utilizava-se de conceitos essencialmente brancos ou ocidentais para descrever a “mulher do Terceiro Mundo” (Haraway, 2004, p. 237). Assim, as demais diferenças hierárquicas baseadas na raça e nacionalidade deveriam ser estudadas em conjunto com as relações de gênero. Ademais, teorias como a do sistema sexo/gênero, elaborada por Gayle Rubin em 1975, foram criticadas por alocar a opressão sexista na premissa central de troca de mulheres fundada na cultura do parentesco. Ocorre que, dentro do contexto escravocrata,

as mulheres negras situavam-se fora dos limites teóricos de Rubin, uma vez que grupos inteiros de pessoas foram realocados fora da instituição do parentesco, sob a força de um grupo racial dominante.

Também em discordância com as teorias de natureza/cultura e sexo/gênero, Butler (2000) considera que as diferenças sexuais são, simultaneamente, materializadas e diferenciadas por práticas discursivas. Nesse sentido, o “sexo” não é algo simplesmente descritivo e estático, uma tela em branco anterior ao gênero e por ele elevada socialmente, mas um processo pelo qual normas regulatórias materializam aquilo que entendemos como “sexo”:

“De fato, embora a radical distinção entre sexo e gênero tenha sido crucial à versão beauvoiriana do feminismo, ela tem sido criticada, mais recentemente, por degradar o natural como aquilo que existe "antes" da inteligibilidade, como aquilo que precisa da marca do social, quando não da sua ferida, para significar, para ser conhecido, para adquirir valor. Essa forma de ver a questão deixa de compreender não apenas que a natureza tem uma história (e não meramente uma história social) mas, também, que o sexo está posicionado de forma ambígua em relação àquele conceito e à sua história.” (Butler, 2000, p. 157)

Para a autora, a reiteração das forças normativas produz o efeito naturalizado do sexo, processo que abre brechas para instabilidades constitutivas, ou seja, para aquilo que não pode ser totalmente definido pelo trabalho repetitivo das normas. Diante disso, há um paradoxo da subjetivação, por meio do qual o sujeito que resiste às normas é, ele mesmo, produzido por elas.

Passa-se agora a compreender onde as pessoas transexuais, principalmente as mulheres transexuais<sup>3</sup>, se inserem dentro dos debates de gênero contemporâneos.

A transexualidade não escapou aos esforços científicos de sedimentação do dimorfismo sexual. Publicada pela Organização Mundial da Saúde – OMS, a Classificação Internacional de Doenças – CID orienta e padroniza a catalogação de doenças em escala global. Em sua 10ª atualização, em 1993, foram incluídos os “transtornos de identidade sexual”<sup>4</sup>, relacionados a distúrbios mentais. Com o apoio da patologização, aquele ou aquela que se mostrava descontente com o sexo que lhe fora culturalmente atribuído era qualificado como “doente”.

---

<sup>3</sup> A transexualidade é comumente resumida nos seguintes termos: indivíduos que nascem com uma genitália associada ao gênero masculino ou feminino que, todavia, entendem-se enquanto pertencentes ao gênero oposto, de modo a expressar isso das mais diferentes formas, seja pela estética, pelo uso do nome social, etc.

<sup>4</sup> Código CID-10 F64.

Após a recente decisão pela retirada dos “transtornos” na 11ª atualização da CID<sup>5</sup>, resta evidente que tanto a ciência médica como a transexualidade mostram-se enquanto produtos culturais imersos em um determinado contexto histórico – qual seja, o cenário de formação de novas normas sociais coercitivas dada a defasagem dos padrões de gênero atuais.

Em seguida, deve-se questionar: existem corpos que não estão submetidos a reiteração de normas, a expectativas socioculturais e a suposições? Segundo Bento (2003), a resposta é negativa: desde a concepção, o corpo já suporta uma enorme carga de expectativas sociais, comportamentais e sexuais produzidas antecipadamente ao nascimento do indivíduo, de modo que não há determinação natural, mas uma construção constante dos corpos sexuados. Assim, todos os corpos nascem marcados pela cultura.

Há, portanto, uma naturalização<sup>6</sup> do dimorfismo sexual, o qual atua pela manutenção do imperativo da heterossexualidade. Nesse quadro, mesmo que se trate de um indivíduo transexual, espera-se que sua sexualidade seja efetuada dentro dos parâmetros heterossexuais, tendo, inclusive, a expectativa de que mulheres transexuais adaptem cirurgicamente seus corpos para atender às relações sexuais típicas entre homens e mulheres. “A sexualidade está deslocada de qualquer referência biológica” (Bento, 2003, p. 2).

Os paralelos entre natureza/cultura e sexo/gênero são, em realidade, falsos, sendo o processo de materialização e diferenciação dos sexos uma atuação constante sobre e pelos corpos, sem distinção entre cis ou transgêneros. Por isso, mostra-se urgente a elaboração de teorias, sobretudo feministas, que busquem uma visão mais inclusiva do que são as formas de opressão e como elas incidem sobre os diferentes corpos sexuados.

Além disso, tal qual como ocorre com as trabalhadoras ciscigênero, as pessoas trans, ao buscar meios de sobrevivência pelo mercado de trabalho, são confrontadas com tarefas pouco valorizadas e baixas remunerações – sua força de trabalho, enquanto mercadoria, tem valor significativamente menor do que aquele atribuído ao trabalho de um homem branco, por exemplo. Muitas vezes, esses sujeitos sequer são admitidos em empregos

---

<sup>5</sup> Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/18/internacional/1529346704\\_000097.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/18/internacional/1529346704_000097.html). Acesso em: 07 set. 2018.

<sup>6</sup> O termo naturalização foi aqui utilizado no sentido de tornar natural aquilo que não o é.

formais, sendo forçados à marginalização e à composição do “exército industrial de reserva”<sup>7</sup>.

Afinal, o “ser transexual” é, hoje, sinônimo de luta pela sobrevivência. País líder no número de assassinatos de transgêneros, o Brasil proporciona uma expectativa média de vida de 35 anos para transexuais e travestis<sup>8</sup> - cerca de 40 anos abaixo da média universal nacional.

O descobrir-se transexual faz parte de um processo que, diferente daqueles que envolvem orientações sexuais não-heterossexuais, usualmente não perpassa por uma fase de assumir-se perante a sociedade. As formas de expressão de gênero são múltiplas e manifestam-se desde a infância e a adolescência, momento em que muitas pessoas trans quebram a expectativa social que lhe foi imposta ao adequarem-se esteticamente ao gênero “oposto” (uso de roupas e acessórios, diferentes cortes de cabelo, aplicação de maquiagens, etc. tipicamente masculinos ou femininos). Devido aos sólidos marcadores sociais de gênero, torna-se quase impossível existir uma face velada da transexualidade.

Fato esse que contribui para uma série de atritos vivenciados desde a juventude, sobretudo no ambiente escolar e familiar. As tensões causadas pelas expressões de gênero divergentes tendem a causar o abandono dos estudos e a expulsão da própria residência familiar, motivos pelos quais, muitas vezes, há uma defasagem na escolaridade de transexuais. Não à toa, programas sociais como o Transcidadania<sup>9</sup> foram formulados para atuar na promoção de acesso à formação escolar para transexuais em situação de vulnerabilidade social.

A título exemplificativo, destacam-se os dados obtidos por meio do estudo organizado por Concilio, Amaral e Silveira (2017) acerca das beneficiárias do programa Transcidadania. Dentro de um universo de 221 favorecidas pelo projeto, 29% tinham de 18 a 29 anos e 71% de 30 a 49 anos; 41% e 48% nasceram no Nordeste e Sudeste, respectivamente, tendo em sua maioria migrado para o município de São Paulo; quanto à

---

<sup>7</sup> Segundo Marx (2013), o exército industrial de reserva refere-se a um excedente de força de trabalho cuja função, é, em termos gerais, alavancar a acumulação capitalista por meio dos movimentos de expansão e contração do contingente de reserva de acordo com as necessidades produtivas. Desse modo, é possível manter baixos valores salariais e conter reivindicações trabalhistas.

<sup>8</sup> Dado obtido em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/expectativa-de-vida-de-transexuais-e-de-35-anos-metade-da-media-nacional/expectativa-de-vida-de-transexuais-e-de-35-anos-metade-da-media-nacional>. Acesso em: 08 mar. 2019.

<sup>9</sup> Projeto de reinserção social da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania da cidade de São Paulo.

escolaridade, 8% cursavam entre a 1ª e 2ª série, 13% cursavam entre a 3ª e 4ª série; 18% cursavam entre a 5ª e 6ª série, 33% cursavam entre a 7ª e 8ª série, 18% cursavam o Ensino Médio e apenas 10% o tinham completado. As informações corroboram, então, a narrativa de evasão escolar precoce e fuga do ambiente familiar.

Ainda, a questão do nome social é fundamental para o bem-estar da população transexual. A desconformidade entre o nome de registro e a expressão de gênero de um indivíduo pode causar uma série de constrangimentos cotidianos, dificultando desde atividades corriqueiras como abrir uma conta no banco ou ir ao médico até situações de maior complexidade, tais quais as entrevistas de emprego e o ingresso em escolas e universidades. Acirram-se, portanto, as chances de independência financeira e sobrevivência do grupo em questão.

Não são incomuns os relatos sobre tentativas de ingresso no mercado de trabalho que foram frustradas por conta da discriminação do empregador ao perceber a divergência entre o nome dado no momento da entrevista de emprego e o nome relatado nos documentos. O preenchimento de requisitos e a tolerância das condições de trabalho dos empregos precarizados, muitas vezes, não são suficientes para a empregabilidade de transexuais. Contudo, ainda que sejam aceitos nas vagas de emprego, muitos sofrem discriminação no próprio ambiente de trabalho, tendo seus nomes de registro estampados em documentos internos da empresa ou, ainda, sendo proibidos de utilizar os banheiros condizentes com sua expressão de gênero, de modo a criar situações de constrangimento frente aos colegas.

Dado esse contexto, homens e mulheres transexuais são escanteados em direção a ocupações precárias e informais, sempre na fronteira do desemprego. No caso das mulheres trans e travestis, a prostituição mostra-se uma opção viável diante da falta de oportunidades voltadas ao grupo em questão – a discriminação anda lado a lado com o fetiche, seus corpos tornam-se visíveis apenas como meio de satisfação sexual.

Logo, são excepcionais as ocupações que apresentam maior aceitação de transgêneros e, dentre elas, destaca-se o telemarketing. Como exemplo, o projeto Transempregos<sup>10</sup>, destinado à inserção de pessoas trans no mercado de trabalho formal, tem enquanto uma de suas principais parcerias a empresa Atento, multinacional que atua

---

<sup>10</sup> O projeto foi criado em 2013 e é liderado por Maite Schneider, Márcia Rocha, Laerte Coutinho e Ana Carolina Borges. Disponível em: <http://www.transempregos.com.br>. Acesso em: 09 ago. 2018.

no mercado de *contact centers*<sup>11</sup> e que, em 2014, possuía 1300 funcionários que optaram pelo uso do nome social<sup>12</sup>, dentro de um universo de 78 mil empregados no Brasil,.

## **Telecomunicações e telemarketing**

A empresa Telebrás – Telecomunicações Brasileiras S.A. foi criada em 1972 e, desde sua gênese estatal, perpassando por seu processo de privatização até seus desdobramentos atuais, o setor de telecomunicações apresenta-se como um retrato da reestruturação produtiva que abala o mundo do trabalho – seja por suas contradições em meio a uma nova cultura empresarial, seja por sua relação com as tecnologias de informação.

O setor sofreu com as pressões liberalizantes e flexibilizadoras que se intensificaram na década de 1990: seu passado estatal difere da contemporaneidade dominada por empresas privadas, implicando em mudanças de relações de trabalho, de atividades e de perfil de seus trabalhadores. A expansão de linhas telefônicas e da rede de atendimento, após a privatização das telecomunicações no Brasil, fez com que as operadoras ramificassem seus serviços dentro da cadeia produtiva, criando, então, o teleatendimento.

Isto significa que o crescimento das empresas de telecomunicações desencadeou uma maior segmentação de seus trabalhadores – sobretudo por meio de terceirizações, transferindo empregos de menor remuneração para empresas subcontratadas. Essas medidas traduziram-se em uma maior heterogeneidade dos empregados no setor, extinguindo figuras tradicionais em favor de novos postos de trabalho, tais como os operadores de centrais de teleatendimento.

Ainda que as centrais já existissem antes da expansão das telecomunicações, a essência de seus serviços mudou radicalmente a partir dos anos 1990. Se antes eram destinadas apenas ao recebimento de reclamações, hoje, com o auxílio da tecnologia, as centrais transformaram-se em meio de comunicação entre empresas e clientes, funcionando, também, para analisar o nível de satisfação dos consumidores e fidelizá-los.

---

<sup>11</sup> Os *contact centers* aglutinam as atividades de atendimento via telefone, chat, SMS, *e-mail* e redes sociais, de modo que seus serviços são mais abrangentes.

<sup>12</sup> Informação obtida em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/06/empresas-comecam-a-buscar-profissionais-transexuais-e-travestis.shtml>. Acesso em: 09 ago. 2018.

Essa mudança de foco faz parte da nova política empresarial, extremamente racionalizada, buscando garantir alta produtividade, satisfação dos clientes e um rigoroso controle de qualidade.

Em decorrência disso, os *call centers*, tais quais os entendemos hoje, são recentes – 96% foram criados após 1990 e 72% após 1997, ano anterior à privatização da Telebrás – e têm forte tendência à terceirização de serviços – 53% das centrais são subcontratadas por outras empresas (Oliveira, 2005). Isto ocorre porque uma única central pode concentrar uma série de telesserviços para um conjunto de empresas, cobrindo todo território nacional por meio do atendimento à distância, de modo a racionalizar os custos empresariais.

De acordo com a Associação Brasileira de Telesserviços – ABT, entidade que representa as empresas de teleatendimento, os *call centers* empregaram formalmente 1,5 milhão de trabalhadores no ano de 2016<sup>13</sup>, constituindo-se enquanto um dos setores que mais empregam no país. Além disso, apesar da onda de desemprego causada pela crise econômica, iniciada em 2015, segundo dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC<sup>14</sup>, a profissão “operador de telemarketing” foi a segunda com maior criação de vagas a partir da recessão.

A reorientação, o crescimento e, por fim, a autonomia do setor de teleatendimento permitiram que ele se tornasse paradigmático para o estudo da reestruturação produtiva inaugurada no final do século XX. Atualmente, os *call centers* possuem organização e procedimentos próprios, formulados para alcançar as metas impostas pela Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL<sup>15</sup> e constantemente superar os níveis de produtividade.

Para garantir os bons índices de atendimento, a redução de gastos com salários de funcionários e uma alta margem de lucro para as empresas, as estruturas das centrais de atendimento foram “enxugadas”. Via de regra, os operadores exercem suas atividades em grandes estabelecimentos – 88,7% trabalham em locais com mais de 1.000 funcionários (Dieese, 2009) – e, em média, existe um gerente para cada 20 supervisores e um

---

<sup>13</sup> Dados obtidos em <http://abt.org.br/estudos/>. Acesso em: 01 set. 2018.

<sup>14</sup> Informações obtidas em <http://cnc.org.br/noticias/economia/cnc-lista-profissoes-que-resistem-crise>. Acesso em: 01 set. 2018.

<sup>15</sup> A agência reguladora se encarrega de definir as políticas do setor, determinar áreas de concessão e fiscalizar preços e serviços. Assim, determina índices de qualidade para as empresas, definindo, por exemplo, o tempo máximo de espera do cliente.

supervisor para cada 20 operadores, fazendo com que os cargos menos remunerados e mais precários representem 95% dos postos de trabalho nas empresas (Corrochano, 2007).

No tocante aos salários, em 2007, os operadores, em sua esmagadora maioria, recebiam até quatro salários mínimos – 95% dos trabalhadores não ultrapassaram essa marca – sendo que 74,3% deles estavam na faixa de um a dois salários mínimos (Dieese, 2009).

Tal quadro de intensa racionalização do trabalho no telemarketing apenas se sustenta por meio de uma série de mecanismos de controle a que são submetidos os operadores. Ressalta-se, ainda, que a estrutura achatada das centrais de atendimento viabiliza-se não somente pelo controle de trabalho feito pelos supervisores, mas também pelo monitoramento eletrônico e o uso da tecnologia da informação. Vilela e Assunção (2004) dividem esses mecanismos em cinco âmbitos: (i) tempo, (ii) conteúdo, (iii) comportamento, (iv) volume de serviços e (v) resultados.

Metas relacionadas ao tempo são impostas pela própria agência reguladora, a ANATEL, sendo determinado que 95% das chamadas devem ser atendidas em menos de dez segundos. Para garantir o alcance desses números, as empresas de teleatendimento implementaram medidas relacionadas ao cálculo em situação real do tempo de atendimento, usado para a avaliação individual do operador, e o cálculo diário e mensal da porcentagem de operadores que não deixam o cliente esperar mais de dez segundos na linha.

A otimização do tempo, ainda, é realizada por meio do controle de duração das chamadas, levando em conta o Tempo Médio de Atendimento – TMA de 25 segundos que é imposto pelas empresas, muitas vezes insuficiente para satisfazer todas as demandas do cliente.

A delimitação do conteúdo dos atendimentos é realizada por meio de roteiros – os *scripts* – que orientam sobre temas, produtos e problemas com os quais a empresa trabalha, além de informações cadastrais dos clientes e procedimentos para realizar ou atender a ligação. O *script* contém informações mínimas que devem ser fornecidas e é associado a uma pequena margem de autonomia do operador, medida com base na variabilidade de cada atendimento (Roselfield, 2009). Destaca-se que a forma também é controlada, devendo o operador manter uma entonação de voz que inspire gentileza, ao mesmo tempo que não deve transparecer suas emoções.

O comportamento é restringido por meio de avaliações negativas dos atrasos no começo da jornada e das ausências no trabalho. Além disso, a própria movimentação dos trabalhadores é limitada, devendo permanecer sentados durante quase a totalidade da jornada de trabalho com intervalos rigidamente controlados.

Para atender aos patamares mínimos de produtividade, as empresas apostam em estratégias de estímulo à competitividade e na aceleração do ritmo de trabalho. Desse modo, são feitas campanhas motivacionais para presentear os operadores com brindes ou folgas de acordo com seus níveis de produção individuais. Esses recursos, então, são utilizados de forma lúdica como meio para extrair a máxima produtividade de cada trabalhador, controlando o volume do trabalho de toda a central de atendimento.

Visando garantir resultados positivos e, conseqüentemente, obtenção de maiores lucros, são difundidos os valores empresariais entre os trabalhadores, tais como o espírito da empresa, a meritocracia e a busca pela excelência.

Sem dúvida, os métodos de controle apresentados são produtos das técnicas empresariais pós-fordistas, possibilitando a completa reestruturação do setor de telemarketing e o total domínio das atividades dos operadores por parte da empresa.

Conforme afirmou Oliveira (2009, p. 123), “são três as ferramentas de trabalho utilizadas pelos atendentes: computador, linha telefônica e a própria voz”. Com isso, o nível de pressão suportado pela pluralidade de procedimentos, o uso contínuo da tecnologia da informação e a intensificação da jornada resultam em altas taxas de rotatividade: ainda que a permanência média dos operadores nos estabelecimentos seja de 2,4 anos, apenas 44% do efetivo fica um ano em seu posto de trabalho (Oliveira, 2005).

A característica rotativa do emprego no telemarketing, no entanto, é diretamente relacionada ao convívio entre operadores e supervisores – situações de assédio moral, segundo Venco (2006), são a principal causa de afastamento. Cabe ao supervisor monitorar o trabalho dos operadores, ressaltar e elogiar as qualidades das equipes, detectar defeitos e estipular metas para melhorias. A partir do momento em que os trabalhadores assumem seus postos, passam a ser monitorados em todos os atendimentos realizados por meio de um sistema de controle no terminal de computador do supervisor. Caso o volume de atendimentos esteja aquém do esperado, é tarefa do supervisor chamar a atenção do operador, realocando-o para um novo treinamento ou até mesmo demitindo-

o (Oliveira, 2009). Ressalta-se, ainda, que as ligações realizadas pelos atendentes são gravadas e podem ser aproveitadas em suas avaliações.

Apesar disso, como os teleatendentes, os supervisores também são monitorados, uma vez que devem constantemente elaborar relatórios analisando a falta ou o excedente de trabalhadores nas equipes. Ademais, são responsáveis pelo planejamento orçamentário de seus campos de atuação, remetendo-os aos gerentes para que elaborem o orçamento geral.

Finalmente, em decorrência da estrutura extremamente achatada das centrais de atendimento, a progressão na carreira é limitada, razão pela qual as perspectivas de ascensão dos teleoperadores são ínfimas. A condição de operador, então, é circunstancial, não opcional. Isto quer dizer que os baixos salários, as condições de trabalho no setor e a baixa possibilidade de promoção tornam o emprego passageiro, um instrumento para alcançar real mudança socioeconômica na vida dos operadores, como analisa Venco (2006, p. 75):

“Curiosamente, a palavra ‘sonho’ aparece em todos os depoimentos: sintetiza o desejo de mudança profissional. Nenhum entrevistado aventou a possibilidade de permanecer por muito tempo no setor, estando presente sempre a ideia de mudança, associada à possibilidade de retomar os estudos e conseguir uma transformação efetiva em suas vidas.”

Disso, depreende-se que os ingressantes na profissão de operador de telemarketing têm características em comum, almejando, por meio dos *call centers*, ascender socialmente através da entrada no mercado de trabalho formal.

## **O cotidiano dos operadores**

Para uma análise concreta do trabalho de transexuais nas centrais de atendimento e as relações sociais que dele decorrem, foi realizada uma coleta de dados, compreendendo a leitura de obras, igualmente qualitativas, que estudam o trabalho em *call centers* brasileiros, além de duas extensas entrevistas realizadas com ex-teleatendentes de telemarketing, ambas mulheres transgênero, as quais concordaram em conceder seus depoimentos pessoalmente.

À primeira vista, destaca-se a possibilidade de “esconder-se” atrás de um telefone enquanto fator que viabiliza a entrada de sujeitos oprimidos no setor, uma vez que mitiga as consequências da discriminação pela ausência de atendimento pessoal ao cliente.

Quanto ao perfil das entrevistadas, a operadora de telemarketing A<sup>16</sup> tem 30 anos, Ensino Médio completo, iniciou sua vida profissional aos 18 anos, já trabalhou em cinco empresas de telemarketing e segue buscando empregos no setor. A operadora de telemarketing B<sup>17</sup> tem 23 anos, mesma escolaridade, iniciou sua vida profissional aos 15 anos com o trabalho em *call centers*, no qual permaneceu até os 18 anos, tendo laborado em quatro empresas do ramo.

As participantes da pesquisa, então, encaixam-se em um perfil claro dentro do setor<sup>18</sup>: mulheres – ainda que transexuais – jovens, residentes em São Paulo e com escolaridade compatível ao Ensino Médio completo.

As duas entrevistadas passaram por treinamentos curtos antes de ingressarem em seus respectivos empregos, com duração de cerca de uma semana, contrapondo à pesquisa realizada por Oliveira (2005), a qual demonstra que as empresas declararam possuir treinamentos de 4,4 semanas, em média. Apesar do período ser, em termos gerais, suficiente para o exercício do cargo, ambas narraram a deficiência dos treinamentos com relação às adversidades do atendimento e à pressão enfrentada no cotidiano:

“Basicamente a gente vai pelo conhecimento que a gente tem. Treinamento pra suporte técnico de aplicativo, coisa de internet não, você tem que ter o conhecimento pra você [atender], mas eles não aprofundam nessa questão.” (Operadora de telemarketing A)

“A maioria das pessoas que batiam meta eram pessoas que tinham tipo na casa 4 anos, 5 anos de empresa. E tipo, quem era novato tinha que se sobressair sobre todos pra continuar, porque a gente entra no serviço e tem sete dias de treinamento, depois dos sete dias de treinamento você já sai contratada.” (Operadora de telemarketing B)

Assim, a escolha de determinado perfil e a predileção por uma qualificação menor corroboram com as condições impostas pelas centrais de atendimento, caracterizadas por um ambiente de pressão, com alta rotatividade e controle rígido da produtividade.

A Classificação Brasileira de Ocupações – CBO segmenta os operadores de telemarketing em quatro subgrupos: (i) ativo, (ii) receptivo, (iii) híbrido e (iv) técnico. Enquanto a operadora de telemarketing B atuou principalmente com o atendimento ativo, a operadora de telemarketing A relatou um acúmulo de atividades nas empresas em que

---

<sup>16</sup> Foi elaborado termo de consentimento livre e esclarecido da operadora em questão, assim, foi concedida a permissão, pela entrevistada, para a citação direta de trechos provenientes da entrevista, desde que não seja citado seu nome ou qualquer elemento que a identifique.

<sup>17</sup> Idem.

<sup>18</sup> Segundo dados extraídos de Dieese (2009) e Venco (2006).

trabalhou, realizando todas as funções supracitadas sem que houvesse, no entanto, um acréscimo em seu salário ou um treinamento específico.

Quanto ao uso de *scripts*, foram constatadas diferenças de menor grau entre as entrevistadas. Todavia, percebe-se uma tendência à flexibilização com relação àquilo que pode ser chamado de “telemarketing tradicional”, ou seja, à extrema padronização dos discursos durante os atendimentos. Não era exigido delas que reproduzissem os roteiros *ipsis litteris*, sendo possível uma aplicação mais personalizada.

Segundo Venco (2006), a substituição da leitura estrita dos *scripts* pela improvisação nas ligações se deu por uma escolha relacionada à produtividade. As gerências perceberam que romper com a rigidez e a robotização das falas garantiria um aumento nas vendas e na satisfação dos clientes. Tal estratégia empresarial é captada no seguinte depoimento:

“Eles dão o *script* como base né, como se fosse um roteiro. Você ganha o *script*, mas daí você tem aquele *script* pra você argumentar com o cliente, você tem que saber argumentar. Se o cliente falar ‘não quero’, ‘mas por que o senhor não quer?’, entendeu? Então o *script* é só uma base, se você quiser seguir, segue, mas fica robotizado, né. A gente fazia uma revisão, assim, um improviso.” (Operadora de telemarketing B)

No entanto, ressalta-se que a liberdade no atendimento ainda é fortemente restringida, sendo necessário ater-se a um núcleo duro de informações, as quais devem ser ditas ao cliente sob pena de repressão verbal, avaliação negativa do operador ou até mesmo punições por meio de advertências. Uma das entrevistadas, por exemplo, relatou alta flexibilidade nos atendimentos da última empresa em que trabalhou, vinculada, contudo, aos procedimentos internos de padronização e formalização (conformidades e não-conformidades, usualmente utilizadas em empresas que adotam sistemas de gestão de qualidade).

“Graças a deus na Empresa X não, não tinha muito disso de *script* não, não era muito preso a *script* não. Só depois que essa coordenadora entrou que eu percebi que ela tem muito aquela coisa mecanizada do telemarketing tradicional. [...] Você pode conversar, pode ter um diálogo. Mas tem meio que a conformidade e a não-conformidade, o que você pode falar, o que você não pode falar, todo atendimento tem, mas lá não era muito preso, muito quadrado o atendimento lá não.” (Operadora de telemarketing A)

Já em outros *call centers* nos quais laborou, declarou que as formas de controle do discurso eram exercidas de modo muito mais rígido, descrevendo como:

“Decoreba. É ‘olá, boa noite, sou do atendimento Z, boa tarde, com quem eu falo?’. Se você não se identificasse, ‘oi, boa tarde, atendimento Z, com quem eu falo?’, não falasse seu nome, já era pontuado. Olha, não se identifica no contato, não fala o nome

da empresa. As outras empresas são assim, lá na Empresa X não era muito preso a isso.” (Operadora de telemarketing A)

Desse modo, por mais que as empresas estejam inclinadas a adotar um modelo com maior maleabilidade, isto se dá tão somente pela busca por melhores rendimentos. O controle do conteúdo proferido pelos teleoperadores segue sendo exercido, inclusive por meio do monitoramento intensivo das ligações – isto é, os supervisores atuam na fiscalização das falas, de modo que podem escutar os atendimentos e corrigi-los diretamente:

“Você tá falando com o cliente, você já fica nervosa, né. Primeiro dia, imagina, primeiro dia você falando no telefone, argumentando, você não consegue conversar com a pessoa, você fica nervosa, com vergonha. E aí, tipo, pausa a ligação e fala assim ‘ó, fala não sei o que’, você vai ficar nervosa, porque tem alguém escutando o que você tá falando, qualquer gafe ali gera um puxão de orelha já.” (Operadora de telemarketing B)

Não apenas o conteúdo, mas também a forma é submetida ao controle. Vícios de linguagem, gerundismos e tom de voz devem ser adequados aos padrões impostos no telemarketing, priorizando a satisfação do cliente à autonomia dos trabalhadores do ramo. Há, segundo a operadora de telemarketing A, uma prática de “disciplina” e “autocontrole”, uma vez que as emoções dos trabalhadores devem ser contidas, não importando as situações enfrentadas durante as ligações.

As duas entrevistadas afirmaram que trabalhavam nas centrais de atendimento durante seis horas por dia, com intervalos de 20 minutos para refeições e duas pausas de dez minutos para descanso e utilização dos banheiros, conforme prevê o anexo II da Norma Regulamentadora nº 17. Os tempos são rigidamente controlados para que se possa retirar maior proveito das atividades dos operadores, como se extrai do seguinte depoimento:

“Mas a maioria das empresas eles ficam em cima, né, porque é tudo registrado. TMA, que é o Tempo Médio em Atendimento, tempo que você fica na ligação, o tempo que você tira sua pausa, você não pode estourar a pausa, a maioria das empresas se você estourar a pausa você leva advertência, um minuto, dois minutos que você estourou leva advertência, não pode ficar tirando muita pausa banheiro. Não tem essa de ‘ai, vou fumar um cigarro’, não tem. No horário da sua pausa você sai e você tem que se virar nesse tempo, dez minutos é dez minutos, se estourou é advertência.” (Operadora de telemarketing A)

O controle do tempo e do comportamento dos atendentes relatado é feito pelos supervisores e, em algumas centrais, pelo *control desk*, isto é, profissional responsável por gerir o tempo, as pausas, os horários de entrada e de saída, bem como a duração das

ligações feitas pelos atendentes. Caso os tempos impostos pelas empresas não sejam respeitados, os operadores sofrem reprimendas ou são punidos por meio de advertências.

Ao serem questionadas acerca de como descreveriam o ritmo de trabalho nos *call centers*, as entrevistadas responderam indicando principalmente duas questões: a intensidade da rotina e a pressão a que são submetidas.

“É intenso, porque as vezes a gente chega em casa e a cabeça da gente não para. Eu mesma chego em casa e sonho que tô trabalhando. Até hoje, sonho que eu tô lá na empresa. Às vezes que eu encerrava a ligação com um cliente e eu ficava naquela impressão, registrando o contato, com a impressão que o cliente ainda tava aqui, ele tava esperando eu resolver alguma coisa pra ele, mas no final das contas, não tinha cliente nenhum. Mexe muito com o psicológico da gente, que é uma ligação em cima de uma ligação, e no *e-mail* você tá respondendo um cliente, na ligação você tá falando com cliente de outra coisa. Ai um é um estorno, um reembolso, que você vai trabalhar em cima de datas, de números, protocolos que você tem que abrir, e o outro é um produto que não recebeu, um código de rastreio, entendeu? Então assim, o trabalho mexe muito com a cabeça da gente.” (Operadora de telemarketing A)

O fluxo das ligações e tarefas a cumprir é, então, extremamente volumoso, condicionando os empregados a terem um comportamento favorável à produção. Isto, contudo, é realizado às custas da saúde mental dos trabalhadores, fazendo com que sofram consequências psicológicas decorrentes do ritmo de trabalho. Dentro desse aspecto, inserem-se as estratégias das centrais de atendimento, afinal, o fluxo de trabalho é propositalmente mantido dessa forma para que se garanta a otimização do quadro de funcionários, o qual tem flutuação de acordo com a demanda da empresa. É, assim, um controle do volume de serviços:

“Passou o *Black Friday*, rua pra muita gente. A caixa de *e-mail* tá alta, supervisor contratou pencas de gente. E acho que um desses motivos também, bastante funcionário a caixa de *e-mail* tá vivendo zerada e eu já sabia, porque eu ouvi a supervisora falando ‘olha, vai ter corte’. Vai ter corte porque direto a caixa de *e-mail* tava zerando, entendeu? Tipo, muito funcionário pra pouco serviço, quase como se fosse isso.” (Operadora de telemarketing A)

No tocante à pressão diária, também foram relatadas consequências mentais e físicas por conta das cobranças por superação de metas, tais como esgotamento físico e altos níveis de estresse:

“Eu acho que na época era o estresse, né, e os estudos também. Eu ia pra escola super cansada, estudava à noite e eu dormia na sala. Então, querendo ou não afeta, né, acho que deveria ser menos cobrança o telemarketing. Óbvio que tem que ter cobrança porque senão as pessoas não funcionam, né, mas não a pressão igual tem, tipo, você tá há um mês na empresa e você tem que bater uma meta de uma pessoa que tá há cinco anos, é impossível. É um entre dez que consegue.” (Operadora de telemarketing B)

Os constantes constrangimentos são exercidos em prol do aumento da produtividade. Com base nisso, então, também são realizadas dispensas de trabalhadores

sob o critério de alcance de metas. Uma vez que os objetivos fixados pelas centrais são de difícil consecução para a maioria dos funcionários, é gerada uma alta rotatividade de operadores, seja por meio de rescisões de contratos procedidas pela empresa ou por demissões de trabalhadores que não mais suportavam as condições de trabalho.

A pressão nos *call centers* é permanente e perpassa por todos os níveis hierárquicos das empresas, atuando em efeito cascata: no caso das centrais de atendimento terceirizadas, inicia-se pela pressão exercida pelo cliente externo, demandando o aumento das vendas; em seguida, a gerência faz o mesmo com o coordenador, o qual pressiona os supervisores e os monitores que, por sua vez, recaem sobre os operadores (Venco, 2006).

Forma-se, desse modo, uma estrutura ordenada de constrangimentos cumulativos para que seja aumentada a produtividade e o ritmo de trabalho nos *call centers*, mantendo, também, o controle dos resultados da empresa. Suportar o trabalho sob pressão é condição indispensável para ingressar e manter-se nas empresas de telemarketing.

A partir disso, a pressão apresenta-se aos atendentes de diferentes formas. Algumas centrais de atendimento, sobretudo aquelas que se concentram no atendimento ativo, estabelecem o cumprimento de metas quantitativas, isto é, a captação de determinado número de clientes por dia. O bom alcance dessas metas pode garantir uma promoção no trabalho, já o mau desempenho leva à rescisão contratual. A operadora de telemarketing B atuou em uma empresa que pretendia vender cursos profissionalizantes, assim, afirma que ao conseguir uma matrícula, o atendente era estimulado por meio de um aumento:

“Então, a gente tinha uma meta, vamos supor, você fazer dez agendamentos no dia era ótimo, suficiente, porque de dez vinham duas ou uma pessoas, entendeu? Às vezes vinham três. Uma fechando matrícula você já ganhava um aumento, né. Então, a gente tinha que bater a meta, se eu fizesse dez agendamentos no dia eu ficava super tranquila, porque no dia seguinte viria uma ou duas pessoas de dez, entendeu? Quanto mais, mais possibilidade de vir as pessoas.” (Operadora de telemarketing B)

Por outro lado, empresas focadas no atendimento receptivo podem estabelecer o controle da produtividade de acordo com a satisfação do cliente. Nesse sentido, ao final da ligação, é realizada uma avaliação do atendimento pelo consumidor, de maneira que influencia diretamente na análise do operador feita por seus superiores. O problema desse método é o distanciamento do cliente com relação à política interna da empresa, assim, a avaliação é feita com base em critérios subjetivos e nem sempre tem ligação direta ao atendimento que foi realizado, mas a problemas organizacionais da própria empresa:

“[...] Numa dessas, o cliente dá um ruim na pesquisa de satisfação, aí a gente tinha que ligar pro cliente pra falar olha: nessa pesquisa de satisfação você avaliou o meu atendimento, e assim, o atendimento, eu passei a informação de que o produto tava indisponível pra você. Aí eles falam, ‘não, mas o ruim não foi pro seu atendimento, é o atendimento da Empresa X em si, o site que não presta, eu não consegui o cartão. E tipo, essa pesquisa de satisfação acaba ficando pra gente né, mas na verdade não foi a gente que atendeu mal, eles usam isso contra a gente.” (Operadora de telemarketing A)

A relação com os superiores, por sua vez, demonstrou-se instável e marcada pela alta cobrança. As duas operadoras entrevistadas relataram problemas com seus chefes, sejam supervisores ou coordenadores, chegando, inclusive, à situação de rescisão contratual. A hierarquia nos *call centers* é, muitas vezes, caracterizada por situações de abuso de poder e represálias contra falhas inofensivas:

“Eu trabalhei um mês direto nessa escola de curso, um mês direto, de domingo, e telemarketing não funciona no domingo, ninguém liga na sua casa de domingo, cobrando, sei lá. E era tipo, eu tinha tipo uns 16 anos, 15 anos, e eu trabalhei direto um mês, sem folga, a gente trabalhava de domingo com as portas fechadas do lugar e aí eu faltei um dia porque tava doente, faltei um dia, não fui no médico, fiquei em casa. E aí quando eu cheguei no outro dia, supervisora olhou pra mim e falou assim ‘você não veio ontem?’. E o chefe, supervisor de outro local, veio lá na escola de curso pra conhecer os funcionários e eu não tava. E ela fez a maior tempestade assim, maior tempestade, e falou assim pra mim ‘eu quero que você traga 10 pessoas hoje’. Tipo, impossível. Eu falei ‘ta bom’, eu fui super ‘ta bom’. Subi pro telemarketing e falei ‘não vou mais ficar aqui’. Aí desci e falei pra ela ‘não vou ficar, quero pedir as contas’, aí eu sai, tive que sair, porque ela fez uma coisa que ela sabia que era impossível. Realmente pedi as contas” (Operadora de telemarketing B)

Já a outra operadora teve problemas a partir de dois erros: uma falha de informação repassada ao cliente e a ausência de um registro telefônico. Ainda que os equívocos pareçam banais, são suficientes para que os superiores repreendam os atendentes de modo a atacar a moral e a estima, configurando situações que beiram o assédio moral:

“Porque eu acho que ela pegou muito comigo, ela chegou nova e como que tava meu resultado? Tava dois zeros, aí, você tem dois zeros na monitoria, só que ela não percebeu que foi uma coisa, assim, totalmente... Sabe, ela falou, ‘olha, a gente vai te colocar, não vai ser mais *multi skill*, você vai atender um caso específico, quando você estiver preparada pra atender os outros clientes, a gente coloca você pra atender como *multi skill* de novo’. Ela não analisou, ela não viu qual foi o motivo desse zero, entendeu? Ela não parou pra ver. Ela simplesmente enxergou dois zeros, entendeu, e falou isso pra mim. Eu me senti o que? A diferentona de todas, a incapaz, a burra, eu me senti isso.” (Operadora de telemarketing A)

Demonstradas nos casos concretos, portanto, as formas de controle organizadas por Vilela e Assunção (2004) – (i) tempo, (ii) conteúdo, (iii) comportamento, (iv) volume de serviços e (v) resultados – percebe-se uma máxima no ramo do telemarketing: o aumento da produtividade. Assim, é sacrificada a saúde mental e física dos trabalhadores do setor, os quais detêm um grau mínimo de autonomia e são repreendidos a qualquer

falha cometida durante a intensa jornada de trabalho, dada a simples e corriqueira substituição de mão-de-obra que é praticada nas centrais de atendimento.

Finalmente, serão analisadas as particularidades decorrentes da intersecção entre a manifestação da transexualidade e o cotidiano do trabalho nas centrais de atendimento. Por meio das entrevistas, foram analisadas questões desde eventuais situações de discriminação ou constrangimento no ambiente de trabalho, até a apuração da experiência nos *call centers* e as perspectivas dela decorrentes.

As duas entrevistadas relataram não terem tido problemas com o uso de banheiros nos estabelecimentos, sendo possível utilizar as toaletes femininas sem que superiores as impedissem pela mera razão de serem transexuais. Uma delas, no entanto, percebeu que, ao ingressar na última empresa, assim que os demais funcionários identificaram que se apresentava enquanto uma mulher, iniciaram especulações acerca de seu gênero. Desse modo, é gerado um clima de embaraço e realizados comentários invasivos sobre sua vida sexual, seu corpo e demais aspectos relacionados à transexualidade:

“Mas logo que eu entrei eu percebi que eles ficavam especulando se eu era operada, se eu não era operada, mas não assim questão de supervisão essas coisas. Vinham falando ‘ai, mas você tem vontade de fazer cirurgia?’, ‘ai, você já fez cirurgia?’, ‘ai, você é ativa? Você é passiva?’. O que eu faço da minha vida pessoal entre quatro paredes me diz respeito, não diz o que eu sou.” (Operadora de telemarketing A)

O uso do nome social, por sua vez, foi majoritariamente respeitado nas empresas de telemarketing que empregaram as entrevistadas, sendo possível, em alguns casos, a utilização do nome de preferência em documentos internos da empresa, crachás e holerites. Todavia, uma das operadoras narrou uma situação de discriminação envolvendo seu nome de registro, ou seja, aquele relacionado ao gênero masculino:

“Ninguém falou nada, simplesmente. E assim, pra mim era normal, tinha meu nome lá, ‘A’, tudo, eu nem reparava. Depois de um tempo que eu olhei, eu tomei um susto. Nossa, mudaram meu nome aqui. Mas assim, meu documento não ta retificado também, né? De qualquer forma, meu crachá ta como ‘A’, eu atendo como ‘A’ e o sistema lá, na tela de atendimento, aparecia meu nome ‘A’, depois mudaram” (Operadora de telemarketing A)

Tal postura partiu da coordenadoria da empresa, a qual, como registrado anteriormente, praticava uma política de retaliação a partir de falhas de menor importância. Assim, a mudança do nome social da operadora para seu nome de registro correspondeu a um retrocesso dentro do ambiente laboral. A partir dessa mudança, seus colegas passaram a ter conhecimento acerca do nome dito masculino, o qual era secreto

até então, e, segundo a entrevistada, a alteração decorreu tão somente da arbitrariedade da coordenadoria, que detinha uma visão estigmatizada da transexualidade.

Já a postura vacilante dos demais funcionários das empresas de telemarketing perante as entrevistadas é descrita por ambas. Ainda que afirmem terem sido bem recebidas nos respectivos empregos, relataram situações de desconforto e constrangimento, as quais nunca foram diretamente enfrentadas ou reportadas à chefia. Assim, o comportamento padrão das operadoras era de desconsiderar os comentários e olhares ofensivos ou apenas ponderá-los.

“Mas assim, o monitor de qualidade mesmo, que monitorava minhas ligações, ele contou uma história ‘aí, eu fui pro centro da cidade, uma travesti me roubou, passou a mão no meu corpo e levou meu celular’. Ai todo mundo sempre tinha uma história feia a respeito de travesti, que já aconteceu um trauma que passou com travesti, falei assim, realmente, tem pessoas boas e pessoas ruins nesse mundo, mas nem todo mundo é igual. Só que as pessoas infelizmente ficam com aquele estigma na cabeça pensando que todas vão ser iguais, entendeu?” (Operadora de telemarketing A)

“As pessoas descobrem que eu sou trans e ai os olhares mudam, as pessoas observam mais, não estão acostumadas, agora ta começando, mas ver a gente na luz do dia, a gente trabalhando. Acho que em qualquer lugar, uma trans pegou o ônibus você vê que todo mundo olha, porque parece que é um animal que saiu do zoológico e tá solto em São Paulo. As pessoas olham tanto que dá a impressão que é coisa de outro mundo, mas não, é uma pessoa normal, entendeu?” (Operadora de telemarketing B)

Ademais, as atendentes alegaram que, em seus últimos empregos, eram as únicas pessoas transexuais das respectivas centrais de atendimento. Em uma das entrevistas, afirmou-se que a operadora era a primeira transexual de um dos *call centers* em que trabalhou, fato que a incentivava a manter uma postura profissional e a “dar o melhor de si” para que fossem abertas as portas para outras como ela.

Apesar disso, no mesmo emprego descrito acima, a entrevistada relatou que foi dispensada sem existirem motivos relacionados ao controle de resultados ou às pesquisas de satisfação, uma vez que possuía índices melhores de pontualidade e assiduidade com relação aos demais operadores. Isto, então, a levou a acreditar que teria perdido seu emprego preponderantemente pelas visões negativas sobre transexuais que imperavam na coordenadoria da empresa:

“Só tinha eu de trans lá. E a primeira lá. Então, eu senti como se eu fosse uma célula teste, sei lá. É um laboratório. [...] Eu acho assim, não tinham motivos plausíveis pra ir embora, porque eu não faltava e não me atrasava. Eles falaram que foi questão de resultado. Resultado do que? Pesquisa de satisfação?” (Operadora de telemarketing A)

Uma vez terminados seus contratos de trabalho, quando questionadas sobre os pontos positivos do setor em questão, as operadoras tiveram respostas distintas, ainda que

ambas tenham pontuado o descontentamento com o trabalho sob pressão e as metas estipuladas. Enquanto uma encontrou qualidades nas relações pessoais que estabeleceu a partir dos *call centers*, a outra viu nas atividades uma forma de satisfação pessoal decorrente do contentamento dos clientes que atendia e do desenvolvimento de novas habilidades:

“Eu acho que aprendizado né, aprendizado mesmo. E me fez ter pessoas, amigos, colegas, há muito tempo, desde o primeiro serviço, que acompanhou toda a minha transição até hoje e em dia em rede social tenho contato ainda” (Operadora de telemarketing B)

“Aí, eu adorei, eu adorei. É tipo, você ajudar cliente, você sentir um sorriso na voz dela. E depois ela te mandar um *e-mail* bonitinho, como eu recebi três lá, falando ‘olha, foi maravilhosa, parabéns para a Empresa X pela contratação de ‘A’. Isso eu achei muito bacana, muito bonito, sabe. Você ajudar as pessoas e você sentir que você fez um bem, que você foi útil pra alguém. Não sentir que você não serve mais, seus números não estão bons. Você não é um número, você é um ser humano, entendeu. Basicamente é isso, mas assim, trago muita coisa boa pra minha vida, sabe? Trago, que nem, essa questão de disciplina, ter autocontrole, sabe, saber parar e analisar, pensar antes de falar as coisas.” (Operadora de telemarketing A)

No que tange as perspectivas a partir do ingresso no setor de telemarketing, as entrevistadas negaram a expectativa de promoção profissional no ramo. Uma das atendentes, ainda, respondeu de forma enfática que não se abrem grandes oportunidades a partir dos *call centers*, sendo possibilitado, no limite, a obtenção de cargos como o de supervisor, o qual exerce suas atividades no mesmo ambiente de trabalho das operadoras, marcado por cobranças e pressão.

“Não, não abre, não abre, não abre. Abre oportunidades se você fizer uma especialização em alguma área, abre, assim, a nossa mente em questão de ‘ah, preciso estudar. Ah, eu gosto de suporte técnico, vou fazer ciência da computação, ah, eu vou fazer TI’. Aquela coisa, sou de exatas, sou de humanas, isso sim. Agora, que abre oportunidades pra isso, pra aquilo não. Abre a nossa mente, porque, simplesmente, você vai trabalhar como atendente, o máximo que você vai conseguir ser é ou um supervisor, ou então você ser um *back office*, monitor de qualidade e só. Nada muito além disso” (Operadora de telemarketing A)

Quanto à formação dos atendentes, ainda que algumas das empresas de telemarketing estabeleçam convênios com universidades privadas para garantir descontos a seus trabalhadores, a própria estrutura do setor não permite que estes sejam usufruídos. Afinal, dados a alta rotatividade e o intenso desgaste mental e físico nos *call centers*, torna-se impraticável o uso satisfatório de tais convênios: se, por um lado, uma das operadoras descreveu o sentimento de exaustão durante as aulas noturnas após o trabalho de atendimento; por outro, foi relatado que, pouco antes de efetuar sua matrícula na universidade, a outra entrevistada foi dispensada, impossibilitando o início de seus estudos.

De acordo com os conceitos formulados por Nancy Fraser (2006), portanto, há uma bivalência na experiência das operadoras, ou seja, a combinação de fatores provenientes da estrutura econômico-política e elementos relacionados à estrutura cultural-valorativa da sociedade, os quais atuam simultaneamente no processo de marginalização desses indivíduos. Há, desse modo, uma atuação constante para que seja mantida a subordinação cultural e econômica de transexuais, perpetuando relações de desigualdade e discriminação.

### **Considerações finais**

Fruto da política econômica neoliberal que privatizou o setor de telecomunicações brasileiro, o telemarketing representa a acentuada ramificação de serviços dentro das cadeias produtivas, voltando-se às máximas de satisfação da clientela e de abertura de novos mercados. Diante do alcance e da eficácia dos *call centers*, são determinadas estratégias empresariais centradas nesses estabelecimentos, os quais se demonstram essenciais para a expansão e o enraizamento de uma marca, assim, as práticas pós-fordistas são identificadas em sua completude.

Nesse contexto, as centrais de atendimento conquistam sua autonomia produtiva, estabelecendo procedimentos, organização e níveis de produtividade próprios. Tais mudanças têm impacto direto nas relações de trabalho construídas no ramo, de modo que as vagas de emprego são ampliadas, a rotatividade é aumentada e as formas de controle dos empregados são acentuadas. Enfim, duas foram as expressões centrais que as entrevistadas utilizaram para descrever suas experiências: intensidade do trabalho e pressão.

Ora, se os salários baixos, as condições de trabalho e a baixa possibilidade de promoção no setor tornam a profissão de operador de telemarketing circunstancial, quem, afinal, encontra-se na circunstância de carecer desse tipo de emprego, ainda que formalizado? Conforme exposto, sobretudo jovens mulheres e jovens LGBTs com Ensino Médio completo compõem o perfil procurado pelas empresas, já que se dispõem a ingressar no setor.

Em quantidade menor, mas de grande significância, pessoas transexuais são admitidas nas centrais de atendimento, configurando um instrumento relevante para a

saída do trabalho informal, ainda mais instável. A inserção é possibilitada, em primeiro lugar, pela possibilidade do contato com os clientes de forma indireta, isto é, via telefone, de maneira que a empregabilidade de transgêneros permanece invisível aos olhos do público. Nesse sentido, as barreiras da discriminação são reforçadas, cedendo a esses sujeitos apenas ocupações realizadas à distância, as quais permitem o acobertamento da transexualidade.

Em adição, as entrevistadas relataram níveis de produtividade acima da média, buscando sobressair-se com relação aos demais funcionários e, ao mesmo tempo, demonstraram grande tolerância com relação às eventuais situações de discriminação na rotina de trabalho. Com isso, é possível supor que sujeitos oprimidos, como são as pessoas trans, têm maior predisposição a suportar as condições de trabalho nos *call centers*, tornando-os empregados ideais para o setor: garantem a produtividade e resistem à pressão durante maior tempo.

Além disso, relembra-se que pessoas transexuais tendem a viver à margem da sociedade, muitas vezes na fronteira do desemprego e da prostituição. A força de trabalho em questão, à vista da estrutura econômica capitalista e dos marcadores sociais de gênero, vale, então, menos do que aquela advinda de sujeitos com maiores privilégios sociais. Fato este que contribui para o afunilamento do mercado de trabalho formal, sendo o telemarketing um dos poucos setores da economia a empregar transexuais.

Feitas as ponderações sobre o ingresso de transgêneros nas centrais de atendimento, percebe-se que a bivalência de suas experiências – marcadas por injustiças econômicas e sociais simultaneamente – é fator condicionante para a empregabilidade dos mesmos. As condições salariais, físicas, psicológicas e sociais do trabalho no ramo condicionam o quadro de funcionários, levando, então, à admissão de pessoas que sofrem profundas formas de segregação social e precarização econômica.

Com isso, ainda que seja positivo o crescente movimento de inserção de transexuais no mercado formal de trabalho por meio dos *call centers*, foi demonstrado que não são geradas novas e melhores oportunidades a partir dele, principalmente no que tange as trabalhadoras trans. No mesmo sentido, também não foi verificado um senso de pertencimento ou, até mesmo, uma forma de ascensão social a partir do trabalho, já que as próprias operadoras afirmaram que não há perspectivas decorrentes da entrada no setor, tampouco a garantia de acesso à universidade.

O discurso de integração desses sujeitos a um ambiente laboral isento de discriminação se revelou falso, uma vez que ambas as entrevistadas relataram desconfortos e constrangimentos no cotidiano do telemarketing – uma delas, inclusive, acredita ter sido dispensada tão somente por ser a única transexual na empresa.

Finalmente, conclui-se que os *call centers* proporcionam a formalização do emprego de transexuais de modo passageiro e vacilante, perpetuando as formas de discriminação já enfrentadas por esses sujeitos em conjunto com uma exploração intensa de suas forças de trabalho. Os corpos, já marcados pelo preconceito, são consumidos física e mentalmente para que sejam cumpridas as metas de produtividade no setor e, uma vez esgotados, são descartados e retornados à vala do desemprego.

### **Bibliografia**

ANTUNES, R. **Adeus ao Trabalho?** Ensaio sobre as Metamorfoses e a Centralidade do Mundo do Trabalho. Campinas: Editora da Unicamp, 2000.

ASSUNÇÃO, A.; SOUZA, R. Telemática. **Caderno de Saúde do Trabalhador**, São Paulo, v. 11, 2000.

BRAGA, R. **A política do precariado:** do populismo à hegemonia lulista. São Paulo: Boitempo, 2012.

BUTLER, J. **Corpos que Pesam:** sobre os limites discursivos do ‘sexo’. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O Corpo Educado**. 2ª Edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

\_\_\_\_\_. **Problemas de gênero:** Feminismo e subversão da identidade. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

CAVALCANTE, S. O setor de telecomunicações no Brasil: tendências da prestação de serviços e da situação do trabalho na década de 2000. In: ANTUNES, R. (Org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil III**. São Paulo: Boitempo, 2014, cap. 13.

COLLIN, F. Diferenciação dos sexos (teorias das). In: HIRATA, H.; LABORIE, F.; LE DOARÉ, H.; SENOTIER, D. (Org.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2009, p. 59-66.

CONCILIO, L. I.; AMARAL, M.; SILVEIRA, P. M. (Org.). **Transcidadania: práticas e trajetórias de um programa transformador**. São Paulo: Koinonia Presença Ecumênica e Serviço, 2017.

CORROCHANO, M. C. (Coord.) **Jovens, sindicato e trabalho no setor de telemarketing**. Rio de Janeiro: Ibase; Instituto Pólis, 2007.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS. **O emprego no setor de telecomunicações 10 anos após a privatização**. São Paulo: Estudos e Pesquisas, nº 46, 2009.

\_\_\_\_\_. **O Mercado de Trabalho Formal Brasileiro: Resultados da RAIS 2013**. São Paulo: Nota Técnica, nº 140, 2014.

EDELMAN, B. **A Legalização da Classe Operária**. Coordenação de tradução: Marcus Orione Gonçalves Correia. São Paulo: Boitempo, 2016.

FORTINO, S. Coexistência dos sexos. In: HIRATA, H.; LABORIE, F.; LE DOARÉ, H.; SENOTIER, D. (Org.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2009, p. 44-48.

FRASER, N. **Da redistribuição ao reconhecimento?** Dilemas da justiça numa era “pós-socialista”. Tradução: Julio Assis Simões. São Paulo: Cadernos de Campo, n. 14/15, p. 1-382, 2006.

HARAWAY, D. **“Gênero” para um dicionário marxista: a política social de uma palavra**. In: **Simians, Cyborgs, and Women. The Reinvention of Nature**. Londres: Free Association Books Ltd., 1991, capítulo 7, p.127-148. Tradução: Mariza Corrêa; Revisão: Iara Beleli.

HIRATA, H. **Nova divisão sexual do trabalho?** Um olhar voltado para a empresa e a sociedade. São Paulo: Boitempo, 2002.

HOLMAN, D.; BATT, R.; HOLTGREWE, U. **The global call center report: International perspectives on management and employment (Executive summary)**. Ithaca, NY: Authors, 2007.

KERGOAT, D. Divisão sexual do trabalho e relações sociais de sexo. In: HIRATA, H.; LABORIE, F.; LE DOARÉ, H.; SENOTIER, D. (Org.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora UN, L. ESP, 2009, p. 67-75.

LAQUEUR, T. W. **Inventando o sexo: corpo e gênero dos gregos a Freud**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2001

LÖWY, I. Ciências e gênero. In: HIRATA, H.; LABORIE, F.; LE DOARÉ, H.; SENOTIER, D. (Org.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2009, p. 40-44.

MARX, K. **O Capital: Crítica da Economia Política – Livro I: O processo de produção do capital**. São Paulo: Boitempo, 2013.

MATHIEU, N. C. Sexo e gênero. In: HIRATA, H.; LABORIE, F.; LE DOARÉ, H.; SENOTIER, D. (Org.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2009, p. 222-231.

NOGUEIRA, A. M.; BASTOS, F. C. O desenho do trabalho assalariado em empresas fidelizadoras da indústria de *call centers* no Brasil. In: ANTUNES, R.; BRAGA, R. (Org.). **Infoproletários: Degradação real do trabalho virtual**. 1ª Edição. São Paulo: Boitempo, 2009, cap. 6.

NOGUEIRA, C. M. A feminização do trabalho no mundo do telemarketing. In: ANTUNES, R. (Org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2006, cap. 14.

\_\_\_\_\_. As trabalhadoras do telemarketing: uma nova divisão sexual do trabalho? In: ANTUNES, R.; BRAGA, R. (Org.). **Infoproletários: Degradação real do trabalho virtual**. 1ª Edição. São Paulo: Boitempo, 2009, cap. 9.

OLIVEIRA, M. M. (Coord.). **The global call center industry project**. Relatório Brasil. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2005.

OLIVEIRA, S. M. Os trabalhadores das Centrais de Teleatividades no Brasil: da ilusão à exploração. In: ANTUNES, R.; BRAGA, R. (Org.). **Infoproletários: Degradação real do trabalho virtual**. 1ª Edição. São Paulo: Boitempo, 2009, cap. 5.

ROSENFELD, C. L. A identidade no trabalho em *call centers*: a identidade provisória. In: ANTUNES, R.; BRAGA, R. (Org.). **Infoproletários**: Degradação real do trabalho virtual. 1ª Edição. São Paulo: Boitempo, 2009, cap. 8.

RUBIN, G. **O Tráfico de Mulheres**: notas sobre a ‘economia política’ do sexo. Recife: Edição SOS Corpo, 1993.

VENCO, S. **Telemarketing nos Bancos: o emprego que desemprega**. 1999. 122 p. Tese de Mestrado – Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1999.

\_\_\_\_\_. **Tempos moderníssimos nas engrenagens do telemarketing**. 2006. 299 p. Tese de Doutorado – Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

\_\_\_\_\_. Centrais de Teleatividades: o surgimento dos colarinhos furta-cores? In: ANTUNES, R.; BRAGA, R. (Org.). **Infoproletários**: Degradação real do trabalho virtual. 1ª Edição. São Paulo: Boitempo, 2009, cap. 7.

\_\_\_\_\_. Novos contornos da divisão internacional do trabalho: um jogo de xadrez no planeta? In: ANTUNES, R. (Org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil III**. São Paulo: Boitempo, 2014, cap. 12.

VILELA, L.; ASSUNÇÃO, A. Os mecanismos de controle da atividade no setor de teleatendimento e as queixas de cansaço e esgotamento dos trabalhadores. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 4, p. 1069-1078, 2004.

WOLFF, S.; CAVALCANTE, S. O mundo virtual e reificado das telecomunicações: o caso Sercomtel. In: ANTUNES, R. (Org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2006, cap. 13.

## **Jornais**

[BENTO, E.](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/18/internacional/1529346704_000097.html) OMS retira a transexualidade da lista de doenças mentais. **El País**, Madri, 19 jun. 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/18/internacional/1529346704\\_000097.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/18/internacional/1529346704_000097.html).

Acesso em: 07 set. 2018.

BORTONI, L. Expectativa de vida de transexuais é de 35 anos, metade da média nacional. **Senado Notícias**, Brasília, 20 jun. 2017. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/expectativa-de-vida-de-transexuais-e-de-35-anos-metade-da-media-nacional/expectativa-de-vida-de-transexuais-e-de-35-anos-metade-da-media-nacional>>. Acesso em: 08 set. 2018.

OLIVEIRA, F. Empresas começam a buscar profissionais transexuais e travestis. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 jun. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/06/empresas-comecam-a-buscar-profissionais-transexuais-e-travestis.shtml>>. Acesso em: 09 ago. 2018.

### *Website*

ABT. Disponível em: <<http://abt.org.br/estudos/>>. Acesso em: 01 set. 2018.

ANATEL. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>. Acesso em: 01 set. 2018.

BENTO, B. **Transexuais, corpos e próteses**. Labrys: Estudos Feministas, n. 4, ago./dez. 2003. Disponível em: <<http://www.tanianavarrosvain.com.br/labrys/labrys4/textos/berenice2mf.htm>>. Acesso em: 01 set. 2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO. **Na contramão da crise**. 2015. Disponível em: <<http://cnc.org.br/imprensa/releases/economia/cnc-lista-profissoes-que-resistem-crise>>. Acesso em: 02 mai. 2018.

GRUPO GAY DA BAHIA. **Relatório 2017**. 2018. Disponível em: <<https://homofobiamata.files.wordpress.com/2017/12/relatorio-2081.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2018.

TRANSEMPREGOS. Disponível em: <<http://www.transempregos.com.br>>. Acesso em: 09 ago. 2018.