

# SUMÁRIO

<i>Prefácio à quinta edição</i>	9
<i>Prefácio à primeira edição</i>	11
<i>Introdução</i>	15
<b>1. PREPARAÇÃO DO AMBIENTE</b>	<b>19</b>
Espaço físico	19
Luz	22
Mobiliário	22
Acústica	24
Equipamento	25
<b>2. SELEÇÃO DOS OPERADORES</b>	<b>27</b>
Exame médico	27
<b>3. TREINAMENTO</b>	<b>33</b>
Cuidados corporais	33
Cuidados com a audição	35
Uso do fone de ouvido	36

Recomendações necessárias	37
Cuidados com a voz	41
Respiração	43
A linguagem falada	54
O roteiro da empresa	63
Saber ouvir	65
Saber falar	67
Investimento profissional do teleoperador	74
A língua-padrão	76
Ao telefone	77
Monitoração	86
Simulação	87
Reciclagem	90
<i>Conclusão</i>	95
<i>Bibliografia</i>	99

# PREFÁCIO À QUINTA EDIÇÃO

Onze anos se passaram desde a primeira edição deste livro e, como havia estimado na ocasião, a profissão de teleoperador está cada vez mais em alta no mercado atual, gerando uma cultura de telemarketing. A tecnologia avançou muito, é bem verdade, mas as necessidades humanas continuam merecendo a mesma atenção do primeiro dia e lamentavelmente permanece o mesmo descaso da primeira hora.

As definições continuam em alta: o que é telemarketing ativo, receptivo, misto, híbrido, vendas, pós-venda etc. Os teleoperadores recebem grande quantidade de treinamentos, os mais diferenciados, sobre os conteúdos específicos da área comercial em que atuam, mas não se fala em dividir o texto de maneira mais adequada para facilitar o entendimento da mensagem que atinja melhor os diversos públicos. Fala-se em clareza e modulação da voz, mas não se prepara a respiração que dará suporte

a todo o sistema da fala. Comenta-se sobre a postura, mas não se ensina prevenção postural. Exige-se toda a atenção e paciência, mas não se ensinam técnicas de relaxamento. Fala-se o tempo todo em qualidade no atendimento, sem levar em conta a qualidade do ambiente de trabalho.

O *script* oferecido nem sempre é testado para a comunicação sonora, falada, que necessariamente deve ser de alta *síntese* e de alto *impacto* para o telemarketing. O blablablá interminável não dá tão certo assim, não se leva em consideração que o tempo das pessoas anda muito escasso. O número de informações não pode ser elevado. Se o texto necessita de muitas informações, recomenda-se que seja dividido em algumas etapas, previamente agendadas com o cliente, caso haja interesse. Agora, uma entrada de texto seguido de cinco minutos ou mais sem pensar em diálogo não é possível, não faz sentido para o veículo de comunicação em pauta. Talvez seja melhor pesquisar outra mídia. Telemarketing é comunicação verbal, é conversar com o cliente, não é monólogo empresarial que sai atirando para todo e qualquer *mailing* comprado. Não há abordagem positiva ou estratégia que resista a um texto enorme.

Insisto que o atendimento de telemarketing deverá ser sempre uma abordagem elegante, ou pelo menos de bom senso, demandando planejamento bem-feito e muita objetividade. Determinados procedimentos negam qualquer postura que se possa qualificar como elegante.

São Paulo, 2008.

# PREFÁCIO À PRIMEIRA EDIÇÃO

Em 50 anos de vida terrestre, as atividades profissionais que exerci distribuem-se em três ramos bem definidos: o magistério, o teatro e a fonoaudiologia. Três atividades que caracterizam um falante profissional. É na qualidade de falante profissional que ousou “escrever”, e publicamente confesso as dificuldades que encontro com a extraordinária “Galáxia de Gutenberg”. Não é tarefa fácil dar forma gráfica a tão intenso treino sonoro, que perpassa toda a minha existência. Então, coloco as ideias no papel da única maneira que sei: falando. E é em tom de conversa que me sinto mais à vontade para falar, contar o que tenho vivido, pesquisado, observado. O canal da língua falada é o canal de comunicação que mais tenho treinado ao longo da vida. É conversando que minhas ideias ficam mais claras, é durante o ato da fala que consigo criar, elaborar conceitos, concluir tarefas, ousar coisas novas. A conversa é, hoje, minha didática, meu instrumento

de pesquisa, a terapia que ofereço aos meus pacientes. É também em tom de conversa que ofereço este trabalho aos leitores, ou melhor, “ouvintes”. Tentei, sim, em alguns momentos, ser “escritora”, mas ao que parece, lá pelo meio do trabalho, não deu muito certo e acabei falando. E é isso, um livro falado, que ofereço ao público interessado no assunto, porque falar é o que sei fazer.

Este é um trabalho resultante de minha experiência no treinamento de voz e fala dos operadores de telemarketing. É um trabalho simples, até mesmo singelo, cujo único objetivo é preencher a lacuna existente no setor. É uma tentativa de amparar e orientar o teleoperador no uso da voz, da fala e da audição neste momento emergencial em que uma velha profissão é retomada e vestida com as últimas conquistas da tecnologia. E, dada a pressa e a correria de tal avanço, nem sempre nos encontramos suficientemente preparados para atender às necessidades preventivas e orientadoras da saúde do teleoperador, que se tornam imprescindíveis no momento.

No passado, cada empresa contava com um número pequeno de telefonistas, e isso era o que bastava para dar conforto a todo seu movimento telefônico. Atualmente, chego a treinar novecentos operadores de telemarketing para uma única empresa. Essa evidência gera uma preocupação mais do que justificada.

Essa velha nova profissão, tão sofisticada e de porte comercial tão amplo, exige rápidas reformulações conceituais, adaptações e criações que possam efetivamente acompanhar tal corrida tecnológica. Estamos aprendendo. Estamos tentando minimizar os atritos que possam acontecer entre máquinas e pessoas e prevenir os malefícios para a saúde que possam sobrevir do confronto – tão necessário na atualidade – entre teleoperadores e computadores. Prevenir é a palavra-chave. No momento, pontuar e acompanhar a corrida tecnológica é de extrema necessidade, para que a saúde

do ser humano não seja aniquilada por ela. Não estou contra essa corrida, fique isso bem claro. Minha preocupação é correr junto, é não descuidar da fragilidade humana no que concerne à saúde e aos aspectos legais dessa velha nova profissão. A lei é, por vezes, extremamente lenta para regularizar direitos e deveres profissionais – e isso, para a atualidade, não é nada bom, principalmente quando o exercício da profissão envolve riscos e prejuízos irreversíveis à saúde humana.

No confronto entre computadores e teleoperadores, sou forçada a reconhecer que o ser humano está em desvantagem no tocante à saúde e ao conforto no exercício da profissão. Isso me aflige, devido ao perigo que ronda um teleoperador no exercício honrado de sua profissão. Uma profissão renovada tão de repente e com tantos perigos, muitas vezes desconhecidos, rondando seu exercício exige pesquisa e cuidados.

O empresário honesto e consciente tem se esforçado ao máximo para atender aos requisitos que a profissão nova requer. Louvo tal iniciativa e alio-me a ela na pesquisa que possa trazer mais segurança à saúde do teleoperador e mais conforto no exercício dessa profissão renovada.

Como já foi dito, este é um trabalho motivado pela urgência do momento, que envolve a segurança dos trabalhadores requisitados para o exercício de uma profissão de aparência inocente; afinal, quem não sabe atender a um telefone? No entanto, o inocente telefone pode transformar-se em instrumento pernicioso à saúde do ser humano quando usado cotidianamente, como profissão e sem critérios.

Tenho percebido que essa aparência inofensiva do uso do telefone é sua maior nocividade. O empresário e o teleoperador ficam extremamente contentes e satisfeitos com o treinamento da voz, da fala e da audição na empresa. É como se, com esse encontro de dez

horas-aula, fosse afastado definitivamente um fantasma, algo negativo. Lamentável engodo. O ser humano não muda com facilidade, e o que tenho observado ao longo desses anos é a total falência do treinamento caso não haja também o cuidado de constantes reciclagens com os operadores de telemarketing. As recomendações, o treinamento e todas as informações logo caem no esquecimento, e hábitos anteriores passam a sobrepujar as informações mais recentes. Em menos de um ano, o teleoperador estará novamente entregue aos hábitos perniciosos e menos saudáveis relacionados com o uso profissional do telefone. A reciclagem é outra palavra-chave neste momento de explosão da profissão de teleoperador.

Tentei realizar um trabalho leve e até mesmo brincalhão, embora as preocupações que me aflijam sejam de ordem bastante profunda. Meu desejo é que ele sirva a seus objetivos específicos, tornando mais suave o exercício da profissão de operador de telemarketing – e, naturalmente, muito mais seguro do ponto de vista da preservação da saúde.

São Paulo, 1995.

# INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por finalidade dar apoio fonoaudiológico ao treinamento dos operadores de telemarketing.

O apoio fonoaudiológico atua basicamente com a empresa na orientação à seleção dos candidatos, no treinamento dos funcionários, na simulação das operações previstas e no acompanhamento profissional dos teleoperadores. O acompanhamento fonoaudiológico mantém o equilíbrio da saúde da audição e da fala, tranquilizando o empregador e o empregado. Um teleoperador sem acompanhamento fonoaudiológico é um funcionário entregue à própria sorte, que pode, por falta de orientação, lesar seus órgãos de audição e fala de maneira irreversível, tornando-se assim um candidato à aposentadoria por invalidez. As informações transmitidas durante o treinamento e a simulação tendem, com o passar dos dias, a cair no esquecimento, tornando o teleoperador vulnerável aos prejuízos de saúde que a profissão encerra.

A reciclagem é vital nessas situações. A consultoria fonoaudiológica não pode ser usada apenas para os casos que já se tornaram patológicos. A consultoria de prevenção é importante para que a empresa e o funcionário não tenham prejuízos e, o que seria muito mais grave, para que não se desequilibre o mercado de trabalho de operadores de telemarketing, anulando as possibilidades profissionais do teleoperador por falta de orientação e controle, uma vez que os danos à saúde são irreversíveis.

Quando, por volta de 1820, Alexander Graham Bell colocou seu invento à disposição da humanidade, jamais poderia imaginar os benefícios que traria à comunicação de massa computadorizada, ao comércio e à prestação de serviços, o que o telefone realiza com eficiência e segurança.

Neste momento, o tempo assume para a humanidade um papel de ordem prioritária. A menor distância entre as pessoas ainda é o telefone, evitando deslocamentos – o que nas grandes cidades está cada vez mais difícil e entre as cidades cada vez mais caro.

O telefone é o grande instrumento de trabalho, que gira entre o ouvir e o falar de nossos dias. É o telefone que movimenta o mundo dos negócios, em que falar e ouvir com nitidez propiciam grande movimentação de recursos monetários.

O operador de telemarketing é o comunicador, o “arauto” de uma empresa. Sua voz, sua fala, leva muito longe o alcance das vendas ou a prestação de serviços da empresa a que está ligado. Esse “arauto” necessita de um bom treinamento para que sua fala seja bem recebida pelo público, contagiando e animando esse público a permanecer fiel à empresa.

Pela voz, pela fala e pelo ouvido do teleoperador, a empresa fala e ouve seu público. Se essa voz não é agradável e essa fala não é bem cuidada, o público pode perder o interesse pela empresa e procurar a concorrente, caso esta fale melhor. Cativar o público

pela voz e pela fala é uma das metas do teleoperador. Treiná-lo bem é uma função da empresa. O responsável pelo treinamento sonoro – voz, fala e audição – é o fonoaudiólogo, trabalhando em conjunto com profissionais envolvidos na área: otorrinolaringologista, médico do trabalho, psicólogo, engenheiro acústico, técnico em telefonia, técnico em informática, ergonomista e demais profissionais necessários, contratados pela equipe de recursos humanos da empresa.

Qualquer trabalho em telemarketing, essa tendência em alta em nossa sociedade, requer uma preocupação com a saúde que acompanhe o crescimento do setor para não causar vítimas desnecessárias. O telefone, usado corretamente, pode trazer bons lucros a todos, sem causar prejuízos à saúde dos teleoperadores e, conseqüentemente, às empresas e ao mercado – que cada dia mais necessitam do telemarketing em seus negócios, pois não é mais possível ignorar essa nova maneira de negociar, especialmente no setor de vendas e prestação de serviços.

Um teleoperador bem treinado, bem orientado e, principalmente, bem acompanhado no uso de audição, voz e fala em seu dia-a-dia de trabalho será, com certeza, um teleoperador de alta produtividade e saudável.

O teleoperador nem sempre tem ciência dos riscos que sua profissão oferece à saúde. O cuidado, por parte da empresa, de preservar sua saúde só pode criar um nível de recíproca confiabilidade entre as partes.



# PREPARAÇÃO DO AMBIENTE

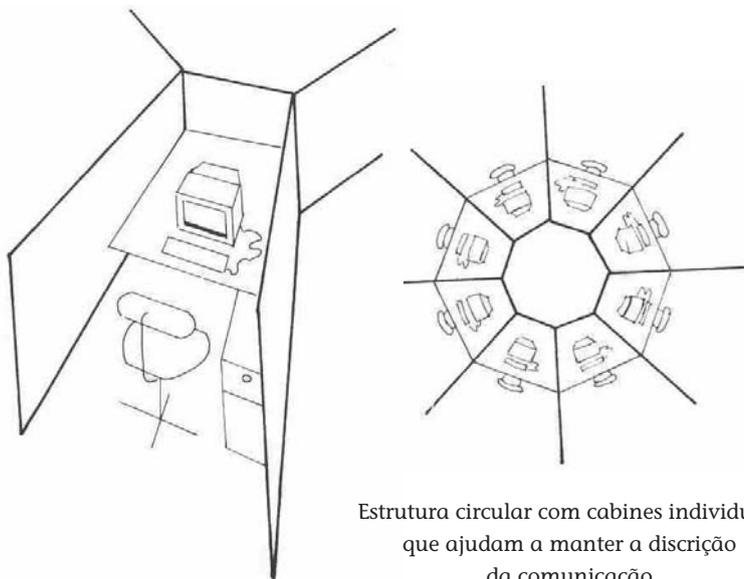
## ESPAÇO FÍSICO

O ambiente físico em que será instalado o equipamento de telemarketing necessita ser bem planejado, obedecendo às regras de saúde e higiene: um espaço amplo, se possível bem ventilado e com fontes de luz natural. Deve ser um local em que o teleoperador não se sinta sufocado, acotovelado, amontado ou sob pressão devido ao espaço inadequado das instalações.

As melhores instalações são as circulares, que permitem uma dinâmica de trabalho melhor. Elas devem prever certa discrição para os assuntos tratados, com cabines individuais, sem serem fechadas mas que permitam o sigilo necessário à realização das operações telefônicas, para que o cliente não ouça assuntos que não lhe dizem respeito nem possa desconfiar da falta de discrição da empresa para com seus assuntos pessoais.

Uma estrutura circular, dividida em oito partes isoladas, com divisórias e altura de oitenta centímetros acima do nível da mesa, parecem-nos a mais funcional e de impacto mais positivo para o teleoperador. As formas lineares dão a sensação de “indústria da comunicação”, em que a discrição da comunicação realizada entre teleoperador e cliente sofre a interferência dos outros atendimentos. A privacidade – que é o mais importante – não acontece. Essas estruturas geram muito ruído. Não apenas a privacidade mas principalmente a clareza e o entendimento da mensagem são de importância fundamental.

As empresas com melhores recursos de espaço podem dispor das acomodações da maneira mais harmoniosa e confortável, lembrando sempre que o bem-estar do teleoperador passa diretamente aos ouvidos do cliente, transmitindo a confiança que se faz necessária à imagem da empresa. Manter o atendimento em perfeito estado é manter o consumidor ativo, permitindo a fidelidade do cliente por muito tempo.



Estrutura circular com cabines individuais que ajudam a manter a discrição da comunicação