

PROJETO DE LEI Nº , DE 2007
(Dos Srs. JORGE BITTAR e LUIZ SÉRGIO)

Altera a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT-, aprovada pelo Decreto-lei n.º 5452, de 1º de maio de 1945, para dispor sobre as condições especiais sobre a duração e condições do trabalho em teleatendimento (telemarketing)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O capítulo I, do título III da CLT, passa a vigorar acrescida seguinte seção XIII -A

“Seção XXIII-A

Dos Serviços em teleatendimento

Art. 350 A Considera-se serviço de teleatendimento ou operação de telemarketing a atividade de comunicação com clientes e usuários, por meio de voz ou mensagens eletrônicas, realizada à distância, utilizando-se simultaneamente de equipamentos de audição, escuta ou fala telefônica e sistemas informatizados ou manuais de processamento.

Art. 350 B A duração normal do trabalho em serviços de teleatendimento ou telemarketing não será superior a seis horas diárias e a trinta e seis horas semanais

Art. 350-C A cada período de cinqüenta minutos de trabalho observar-se-á um intervalo mínimo de dez minutos, para descanso. incluído na jornada diária.

Art. 350 D É vedada a prorrogação da jornada de trabalho, salvo por motivo de força maior, necessidade imperiosa ou para a realização ou conclusão de serviços inadiáveis ou cuja execução possa acarretar prejuízo manifesto.

Parágrafo Único Em caso de prorrogação da jornada, a autoridade competente deverá ser comunicada do fato no prazo de dez dias.

Art. 350-E O trabalho será organizado de forma a não haver atividades aos domingos e feriados, total ou parcialmente, salvo o disposto no art. 68.

Parágrafo único Em caso de trabalho aos domingos ou feriados será assegurado ao trabalhador pelo menos um repouso semanal remunerado coincidente com um sábado e domingo a cada mês, independente de metas, faltas ou produtividade, sem qualquer tipo de compensação.

Art. 350-F O trabalho em tempo parcial em teleatendimento ou operação de telemarketing não excederá a quatro horas diárias e a vinte e quatro horas semanais, assegurado, um intervalo diário de dez minutos, para descanso, incluído na jornada da trabalho.

Parágrafo único Assegura-se ao trabalhador de tempo parcial remuneração não inferior ao salário mínimo.”

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Em sua tese de doutorado apresentado à Banca Examinadora da Escola Nacional de Saúde Pública, da Fundação Oswaldo Cruz (ENSP/Fiocruz), em outubro de 2007, a pesquisadora Simone Santos Silva Oliveira, observa:...”o trabalho é como a vida: está sempre se modificando e sua relação com o corpo dos que trabalham também se modifica. (...) O trabalho revela que é no próprio corpo que ‘reside a inteligência do mundo, que é antes de tudo pelo seu corpo que o sujeito investe no mundo para fazê-lo seu, para habitá-lo’. A própria inteligência do corpo se forma no e pelo trabalho; ela não é inata, mas adquirida no exercício da atividade. (...) O sujeito não é um joguete passivo das pressões organizacionais, ele pensa a sua relação com o trabalho, produz interpretações de sua situação e de suas condições, reage e se organiza mentalmente, afetiva e fisicamente, em função de suas interpretações, age, enfim, sobre o próprio processo de trabalho”.

A atividade de operador de telemarketing é, hoje, uma das que mais empregam no país. Segundo dados da Associação Brasileira de Telesserviços (ABT) de 2003 a 2006 o setor cresceu 235%. São mais de 700 mil pessoas empregadas na atividade em todo o país e embora a maioria esteja concentrada no eixo Rio/São Paulo, há ainda importantes call centers nos estados de Minas Gerais, Bahia, Paraná, Santa Catarina, Ceará e Goiás.

O mercado brasileiro emprega principalmente jovens entre 16 e 24 anos, a maioria deles do sexo feminino, em início de carreira. Apesar disso, o setor de telemarketing é também um dos que registram um dos mais altos índices de doenças ocupacionais. Os grandes problemas destacados pelos trabalhadores no processo de trabalho são: clima organizacional ruim, pressão psicológica, excesso de cobrança e permanente monitoramento, não atendimento de solicitação de pausa para necessidades fisiológicas e deficiência de mobiliário e equipamento. Tratados como robôs, esses trabalhadores ficam excessivamente tensos, atendem mal os clientes, adoecem e são demitidos.

As enfermidades mais comuns encontradas entre os operadores de telemarketing são: transtornos mentais, perda auditiva, lesões por esforços repetitivos (LER), danos ortopédicos, cistite hemorrágica. No caso das LER, a incapacitação pode levar a uma invalidez permanente para o trabalho.

Ainda em sua tese, Simone Oliveira mostra que “a feminização do trabalho em telemarketing, com procedimentos altamente padronizados e controlados, no intuito de aumentar sua eficiência e diminuir os custos, é uma

das expressões de sua racionalização. Persistindo uma segmentação do mercado de trabalho pela divisão sexual do trabalho com a permanência de guetos ocupacionais (...) são reafirmadas as posições hierárquicas diferenciadas, sendo reservado às mulheres salários inferiores em relação aos homens”.

Por uma jornada de seis horas diárias, a maioria desses trabalhadores recebe uma remuneração composta de uma parcela fixa e outra variável, sendo que a parcela fixa em geral está bem abaixo do salário mínimo. Como resultado, a esmagadora maioria da categoria não chega a receber líquido, ao fim de cada mês, nem mesmo um salário mínimo integral (atualmente R\$ 380,00).

As atividades no telemarketing assumem duas formas: ativa e receptiva. No telemarketing ativo o operador toma a iniciativa do contato telefônico com o cliente, oferecendo serviços e produtos. No telemarketing receptivo, a iniciativa é do cliente, seja para reclamar, seja para buscar informações sobre produtos e serviços, seja para tirar dúvidas.

A ABT define telemarketing como “toda e qualquer atividade desenvolvida através de sistemas de telemática e multimídia, objetivando ações padronizadas e contínuas de marketing”. O Código Brasileiro de Ocupações (CBO) do Ministério do Trabalho e Emprego tem quatro classificações para a atividade:

4223-05 - Operador de telemarketing ativo - Operador de teleatendimento ativo (telemarketing) , Teleoperador ativo (telemarketing)

4223-10 - Operador de telemarketing ativo e receptivo - Operador de teleatendimento híbrido (telemarketing) , Operador de telemarketing (operações híbridas) , Teleoperador de marketing (híbrido)

4223-15 - Operador de telemarketing receptivo - Atendente central telemarketing , Atendente de informações (telemarketing) , Atendente de telemarketing , Operador de atendimento receptivo (telemarketing) , Teleoperador receptivo (telemarketing)

4223-20 - Operador de telemarketing técnico - Operador de suporte técnico (telemarketing) , Operador de telemarketing bilíngüe , Operador de telemarketing especializado , Teleoperador de apoio (telemarketing) , Teleoperador de suporte técnico (telemarketing).

As características dessas ocupações são assim descritas pelo CBO: “Atendem usuários, oferecem serviços e produtos, prestam serviços técnicos especializados, realizam pesquisas, fazem serviços de cobrança e

cadastro de clientes, sempre via teleatendimento, seguindo roteiros e scripts planejados e controlados para captar, reter ou recuperar clientes”.

Mesmo sendo majoritariamente composto por jovens em primeiro emprego, o perfil do operador de telemarketing tem características que são cobradas pelas empresas: ensino médio completo, experiência em uso de computadores, agilidade no uso do teclado, conhecimento dos produtos oferecidos pela empresa, conhecimento sobre os sistemas utilizados, habilidades como correta compreensão verbal, correta expressão verbal, dicção, vocalização, correta ortografia, voz agradável, escuta ativa, capacidade de análise de problemas, capacidade de comunicação, capacidade de aprendizado, tolerância ao estresse, disciplina, sensibilidade interpessoal, boa argumentação, empatia.

Como nos últimos anos, em função da organização dos sindicatos dos trabalhadores em busca da melhoria das condições de trabalho no segmento foram regulamentadas várias normas referentes à atividade, as empresas buscam fugir da denominação de “operador de telemarketing” registrando na carteira de trabalho denominações diferenciadas que lhes permitam burlar as normas. Embora todos exerçam a atividade exatamente da forma como é descrita no CBO, a mudança na nomenclatura tem trazido prejuízos aos trabalhadores no momento de terem seus direitos reconhecidos.

Em março de 2007, depois de um processo de elaboração que durou alguns anos e foi discutido e negociado numa Comissão Tripartite formada por representantes dos trabalhadores, representantes das empresas e representantes do Ministério do Trabalho e Emprego, foi aprovado o Anexo II da Norma Regulamentadora 17, norma esta que se reporta à ergonomia e às condições de trabalho e estabelece parâmetros que permitem a adaptação das condições de trabalho às características do trabalhador. A NR-17 é aplicável a todas as categorias e o Anexo II, formulado a partir do resultado de pesquisas, dos relatórios técnicos das inspeções do Ministério do Trabalho e Emprego e das inúmeras queixas de adoecimento dos operadores, refere-se exclusivamente à operação de telemarketing em suas duas formas.

Apesar do avanço que representa e da demorada negociação entre as partes, a implementação do Anexo II se dá num contexto de falta de informação e intransigência das empresas. Um dos pontos mais polêmicos refere-se à implantação de duas pausas de 10 minutos cada uma, ao longo da jornada. Até a implantação do Anexo, boa parte das empresas praticavam a jornada de seis horas com o intervalo de 15 minutos para o lanche incluído na jornada. Como o Anexo II estabelece as duas pausas e aumenta o tempo da

pausa lanche para 20 minutos, as empresas, recorrendo a um dos artigos da CLT, decidiram que o intervalo do lanche se somaria às seis horas. Com isso, a jornada, na prática, aumentou 20 minutos.

O fato de o Anexo não ser uma lei contribui para que interpretações diversas sobre a norma sejam utilizadas, a critério de cada parte envolvida. Nesse contexto, a regulamentação das condições de trabalho em do operador de telemarketing torna-se essencial e urgente.

Em razão do exposto, solicito aos nobres pares o apoio à proposta,

Sala das Sessões, em de de 2007.

Deputado JORGE BITTAR

Deputado LUIZ SÉRGIO