



Marcos Fernandes de Souza

**A EXPRESSÃO DO JEITINHO BRASILEIRO
EM INTERAÇÕES VIA CALL CENTER**

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Letras do Departamento de
Letras da PUC-Rio como parte dos requisitos
parciais para obtenção em Letras.

Orientador: Profa. Dra. Maria do Carmo Leite
de Oliveira

Rio de Janeiro
Janeiro de 2005



Marcos Fernandes de Souza

**A EXPRESSÃO DO JEITINHO
BRASILEIRO EM INTERAÇÕES
VIA CALL CENTER**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Letras. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Profª. Drª. Maria do Carmo Leite de Oliveira

Orientadora

Departamento de Letras – PUC – Rio

Profª. Drª. Maria das Graças Dias Pereira

Departamento de Letras – PUC – Rio

Profª. Drª. Branca Falabella

Prof. Dr. Paulo Cortes Gago

Profª. Drª. Maria Claudia Coelho

UERJ

**Prof. Dr. Paulo Fernando Carneiro de
Andrade**

Coordenador Setorial do Centro de
Teologia e Ciências Humanas

Rio de Janeiro, 07 de janeiro de 2005

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Marcos Fernandes de Souza

Bacharelado e Licenciatura em Letras na Universidade do Estado do Rio de Janeiro –UERJ em 1991. Defendeu Dissertação de Mestrado na PUC-Rio em 31 de agosto de 1999. É professor de Língua Portuguesa e Comunicação Empresarial em instituições universitárias privadas. Suas áreas de interesse são: Linguagem, Discurso em contexto de trabalho, Sociolinguística, Interacional, Análise da Conversação e Análise do Discurso.

Ficha Catalográfica

Souza, Marcos Fernandes de

A expressão do jeitinho brasileiro em interações via call center / Marcos Fernandes de Souza ; orientadora: Maria do Carmo Leite de Oliveira . – Rio de Janeiro : PUC, Departamento de Letras, 2005.

239 f. ; 30 cm

Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Letras.

Inclui referências bibliográficas.

1. Letras – Teses. 2. Jeitinho brasileiro. 3. Cultura. 4. Identidade. 5. Narrativa. 6. Tecnologia. 7. Contexto. 8. Trabalho. 9. Cliente. I. Oliveira, Maria do Carmo Leite de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Letras. III. Título.

CDD: 400

Dedico este trabalho à memória de meu pai,
falecido neste primeiro semestre de 2005,
na esperança de que, ainda me protegendo,
me esteja sorrindo orgulhoso.

À minha mãezinha, que é a minha grande inspiradora e guardiã
da minha alma através de suas orações poderosas e
da luz que dela me cobre como um manto sagrado.

À minha maravilhosa esposa pelo amor, força e dedicação,
que jamais se apagarão do meu coração,
sem ela este trabalho não teria sido possível,
principalmente nas horas difíceis.

Agradecimentos

À minha orientadora Professora Doutora Maria do Carmo Leite de Oliveira pelos ensinamentos e pelo carinho que me conduziu à realização deste trabalho;

À PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

À minha família pelo apoio e motivação constante.

Às Professoras Doutoras Maria das Graças Dias Pereira, Liliana Cabral Bastos e Lúcia Pacheco.

À Professora Doutora Branca Falabella, especialmente, pela preciosa crítica e sugestão e ajuda, responsáveis pelo foco deste trabalho.

Ao Professor Doutor Paulo Cortes Gago, especialmente, pela crítica isenta, ajuda e companheirismo.

Aos professores da Comissão Examinadora.

A todos os professores e funcionários do Departamento de Letras, em especial a Chiquinha, pela presteza, compreensão e doçura.

Ao CNPQ, pela ajuda financeira para a pesquisa.

Às minhas amigas da PUC-Rio, Clarissa R. Bastos e Graça Salgado.

Resumo:

Souza, Marcos Fernandes de; Oliveira, Maria do Carmo Leite de.
A Expressão do Jeitinho Brasileiro em Interações Via Call Center
Rio de Janeiro, 2004. 239 p. Tese de Doutorado - Departamento de Letras,
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este trabalho trata das relações entre o contexto contemporâneo de trabalho, narrativas e identidade cultural brasileira. O estudo revelou que a realização de narrativas em centros de atendimento telefônico ao cliente (*call center*) é um dos meios lingüísticos pelos quais se pode expressar o “jeitinho brasileiro”, um modo de comportamento cultural que é concebido como um traço de identidade da cultura brasileira. Os clientes utilizam o jeitinho para proteger seus pedidos de ação por parte da empresa ou para remover respostas despreferidas a esses pedidos. O jeitinho, além de ser um mecanismo de superação de dificuldades ou obstáculos, é um estilo de comportamento verbal caracterizado por estratégias indiretas de persuasão e por apelos aos sentimentos pessoais. Contudo, o call center, por sua natureza tecnológica, impessoal e inflexível, não permite que o uso das estratégias do jeitinho tenham sucesso. A lógica impessoal do call center é incompatível com a lógica pessoal do jeitinho. Tal confronto acarreta impactos emocionais no cliente e não atende a uma política de marketing voltada para o consumidor brasileiro.

Palavras-chave: jeitinho brasileiro, cultura, identidade, narrativa, tecnologia, contexto, trabalho, cliente.

Abstract:

Souza, Marcos Fernandes de; Oliveira, Maria do Carmo Leite de.
The Expression of the Jeitinho Brasileiro in Interactions via Call Center
Rio de Janeiro, 2004. 239 p. Thesis - Departamento de Letras, Pontifícia
Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This work is about relationship between contemporaneous context of work, narrative and Brazilian cultural identity. The study revealed that the narrative realization in call center is one of the many linguistics ways where the Brazilian “jeito” can be expressed, a kind of cultural behavior that is conceived as a trace Brazilian cultural identity. The clients used the “jeitinho” so as to protect their requests or remove possible company barriers. Besides being a difficulty (or obstacle) surpass mechanism, the “jeitinho” is a verbal comportment style characterized by indirect strategies of persuasion that appeals to personal feelings. However, the call center, by its technologic, impersonal and inflexible nature, does not allow the success of “jeitinho” as a strategy. The impersonal logic of call center is incompatible with the personal logic of “jeitinho”. This confront result in emotional impacts on the client and does not fit itself in the Brazilian consumer marketing politic.

Key words: Brazilian “jeitinho”, culture, identity, narrative, technology, context, work, consumer.

SUMÁRIO:

1 - Introdução	13
2 - Pressupostos teórico-metodológicos	20
2.1 - Temas de Pesquisa	20
2.1.1 - As narrativas	20
2.1.2 - Cultura e Jeitinho Brasileiro	27
2.1.2.1 - O Sistema Social Brasileiro e os Rituais de Identidade	28
2.1.2.2 - O Jeitinho Brasileiro	39
2.1.3 - O Contexto de Atendimento ao Cliente	46
2.1.3.1 - O Contexto de Atendimento no Brasil	48
2.1.3.2 - O Contexto de Call Center	49
2.2 - O Instrumental Teórico de Análise	51
2.2.1 - Análise da Conversa	52
2.2.1.1 - Unidades Formais de sentido e Organização Seqüencial da Conversa	54
2.2.1.2 - O Par Adjacente	55
2.2.1.3 - Mecanismos de Coesão e Coerência	56
2.2.1.4 - A Expansão dos Pares Adjacentes	57
Pré- Expansões	57
Expansões por Inserção	58
Pós- Expansões	59
2.2.2 - Sociolinguística Interacional	59
2.2.2.1 - As Projeções Interacionais	59
Footing e Rituais Conversacionais	61
A Teoria do Drama	64
A desconstrução das noções de falante e ouvinte	64
Projeções de footing e encaixes pela linguagem	68
Os processos de Ritualização	71
2.2.2.2 - A noção de Enquadre	72
2.3 - Metodologia de Pesquisa	76
2.3.1 - A natureza, fins e meios metodológicos	76

2.3.2 - Hipóteses de trabalho	79
2.3.3 - Procedimentos de análise de dados	79
2.3.4 - A caracterização do ambiente de pesquisa	80
2.3.4.1 - A Empresa X	81
2.3.4.2 - A Empresa tercerizada Y e o cenário operacional do call center	82
As ferramentas tecnológicas	83
Os operadores de call center	84
3 - A Organização Geral da Interação Via Call Center	88
4 - O Desenvolvimento do Plot Narrativo na Interação Via Call Center	96
4.1 - O Plot Narrativo	96
4.2 - Os lugares da Narrativa na Interação	98
4.2.1 - A Narrativa no primeiro Slot Interacional	106
4.2.2 - A Narrativa no segundo Slot Interacional	123
4.3 - As funções da Narrativa na Seqüência Organizacional de Interação	136
5 - A Projeção da Narrativa na Interação Via Call Center	142
5.1 - O formato de Produção da Narrativa	142
5.2 - A Narração : dinâmica, elementos sócio-contextuais e a resolução do drama	150
5.2.1 - As situações de Família	152
5.2.2 - O dia a dia do Cliente	156
5.2.3 - A Auto-projeção do cliente: o “eu” sofrido	159
5.2.4 - As Evocações Religiosas	160
5.2.5 - O Posicionamento do cliente e a humildade	163
6 - O Jeitinho Brasileiro	168
6.1 - As Narrativas como mecanismos rituais de Inversão e Neutralização.	170
6.2 - Apresentação de Identidade e a busca de solidariedade	174

6.3 - O ethos elocucional do Jeitinho: polidez, humildade, cordialidade, manha.	179
7 - Considerações Finais.	195
Referências Bibliográficas	201
Anexos	208

CONVENÇÕES DE TRANSCRIÇÃO

Símbolos	Especificação
..	Pausa observada ou queda no ritmo da fala, com menos de meio segundo
...	Pausa de meio segundo, medida com cronômetro
....	Pausa
(1,5)	duração da pausa acima de um segundo durante a fala, medida com cronômetro.
.	Descida de entonação
° palavra°	trecho falado mais baixo
:::	contigüidade entre fala de um mesmo falante ou de dois falantes distintos
?	Subida leve sinalizando uma interrogação
,	sobida leve, sinalizando que mais fala virá
<u>sublinhado</u>	acento ou ênfase de volume
↑ ou ↓	subida ou descida acentuada na entonação, mais forte que os dois pontos
-	auto-interrupção
:	Alongamento da vogal
:: ou :::	Duração mais longa da vogal
MAIÚSCULA	Ênfase ou acento forte
----	Silabação (letra à letra)
()	transcrição impossível
(palavra)	transcrição duvidosa
()	Dúvidas, suposições, anotações do analista
> palavras <	fala comprimida ou acelerada
< palavras >	desaceleração da fala
hhh	aspirações audíveis
.hhh	inspiração audível
(h)	aspirações durante a fala
[Colchetes simples marcando o ponto de concomitância – superposição de vozes (quando a concomitância de vozes se dá apenas em um dado ponto, com apenas um dos falantes dando continuidade à fala).
[]	Colchete abrindo e fechando o ponto da sobreposição, com marcação nos segmentos sobrepostos – sobreposições localizadas.
=	Dois enunciados relacionados, sem pausa na fala justaposta

Oxalá se mostrou assim tão grande
Como um espelho colorido a mostrar
Pro próprio Cristo como ele era mulato
Já que Deus é uma espécie de mulato
Salve em nome de qualquer Deus, salve
Se eu me salvei, foi pela fé
Minha fé é minha cultura
Minha fé, minha fé
É meu jogo de cintura, minha fé
(Marcelo Yuka – O Rapa)