

EFEITOS AUDITIVOS E NÃO AUDITIVOS RELACIONADOS AO TRABALHO DOS OPERADORES DE *TELEMARKETING*

AUDITORY AND NON AUDITORY EFFECTS RELATED TO THE TELEMARKETING OPERATOR'S WORK

*Regina Maura Marques**
*Iêda Chaves Pacheco Russo***

■ RESUMO

Este estudo teve como objetivos pesquisar as influências do ambiente de trabalho sobre a saúde auditiva de operadores de *telemarketing*, em uma empresa localizada no município de São Paulo, e estudar o perfil audiométrico desses profissionais. Foram avaliados 160 operadores de *telemarketing*, na faixa etária de 19 a 38 anos. Foi aplicado um questionário com o objetivo de levantar alguns dados quanto às queixas, hábitos e sensações auditivas e não auditivas, e foi realizada a audiometria tonal por vias aérea e óssea.

Os resultados mostraram que a principal queixa auditiva encontrada foi a coceira, seguida do zumbido, e, dentre as queixas após o turno de trabalho, a dor de cabeça foi a mais citada pelos operadores.

Em relação à configuração audiométrica, não foi encontrado nenhum caso de perda auditiva induzida pelo ruído (PAIR), porém mais da metade dos sujeitos testados apresentaram entalhe audiométrico.

Concluimos que deve ser dada atenção à audição destes indivíduos, já que a profissão de operador de *telemarketing* é bastante recente e os efeitos do ruído na saúde destes profissionais ainda não são conhecidos.

UNITERMOS: telemarketing; efeitos auditivos x não auditivos do ruído.

■ ABSTRACT

This research had as its main objective, to investigate the influence of the environment work on hearing of telemarketing operators, in a company located at São Paulo city, and to study the audiometric configurations of these professionals. 160 telemarketing operators aging from 18 to 38 years old, were evaluated. A questionnaire was applied in order to detect complaints, habits and auditory and non auditory effects, and the subjects were submitted to pure tone audiometry.

The results showed that the main complaint was itching followed by the tinnitus and, after the end of work time, the headache was stated by the majority of the telemarketing operators.

Concerning to the audiometric configuration, there were no curves suggesting noise induced hearing loss, however more than a half of the evaluated subjects had presented audiometric notch.

We concluded that more attention has to be given to the telemarketing operator's hearing, keeping in mind that the telemarketing operator is a new profession and that the effects of noise in their health are unknown.

KEY WORDS: telemarketing; auditory x non auditory effects of noise.

* Fonoaudióloga; Especialista em Audiologia Clínica pelo CEFAC (CEDIAU) – Centro de Especialização em Audiologia Clínica – UNIFESP/EPM.

** Professora Titular do Programa de Estudos Pós-Graduados em Fonoaudiologia da PUC-SP e do Curso de Especialização em Audiologia do CEFAC /CEDIAU.

■ INTRODUÇÃO

Com a evolução dos centros urbanos e o conseqüente surgimento das dificuldades da vida moderna, como as do trânsito, a falta de tempo e o acúmulo de responsabilidades, os habitantes das grandes cidades encontraram no telefone um meio eficiente para solucionar seus problemas.

O *telemarketing* surgiu como a revolução do tempo nas empresas, já que, através de uma simples ligação telefônica, o cliente tem condições de comprar, reclamar, esclarecer dúvidas e dar sugestões sem a necessidade de se deslocar de sua casa ou do trabalho.

A melhoria da rede telefônica, o acesso às novas tecnologias e a grande quantidade de programas na mídia impressa e eletrônica serviram como combustível para acelerar o crescimento do *telemarketing* no mundo (CASTELLANO & FERREIRA, 1998).

De acordo com DANTAS (1998), um conceito mais atual de *telemarketing* seria “ a utilização planejada de recursos de telecomunicações e informática como forma de se obter lucro direto ou indireto, através da satisfação do mercado consumidor de qualquer bem ou serviço ”.

Segundo CASTELLANO & FERREIRA (1998), o *telemarketing* divide-se classicamente em dois estilos, com diferenças significativas. São eles:

- *Telemarketing* receptivo: os operadores atendem as chamadas dos clientes, os quais podem realizar inúmeras interações com a empresa: fazer pedidos, solicitar informações, reclamar, dar sugestões, tirar suas dúvidas, entre outros.
- *Telemarketing* ativo: os operadores ligam para um grupo de pessoas previamente selecionadas, oferecendo seus produtos através da utilização de um *script* (texto preparado e testado, servindo como orientação para condução do diálogo entre o operador e o cliente).

Os equipamentos de telecomunicação utilizados pelos operadores são um distribuidor de chamadas (controla as chamadas, além de gravar as conversações), um microcomputador e o monofone ou *head-set* (DANTAS, 1997).

O operador de *telemarketing* é o personagem principal desse processo, pois é por seu intermédio que empresas e clientes se comunicam. Ele deve desempenhar a sua função, de maneira eficiente e produtiva, a fim de atingir os objetivos preestabelecidos da empresa, necessitando de um alto nível de disciplina, flexibilidade, equilíbrio, além de uma boa dicção, saber ouvir o cliente, criar uma boa imagem, entre outras coisas.

O investimento da empresa nesses profissionais está diretamente relacionado ao sucesso de seus negócios, partindo-se do princípio de que o operador de *telemarketing* é a imagem que o cliente tem da empresa.

O ambiente físico em que é instalado o serviço de *telemarketing* deve ser rigorosamente planejado, obedecendo os princípios de saúde e higiene de modo que o operador não se sinta sufocado, nervoso ou sob pressão devido ao espaço inadequado das instalações (QUINTEIRO, 1995).

Como em muitas profissões, o operador de *telemarketing* está sujeito a riscos e prejuízos em relação à saúde no ambiente de trabalho.

DANTAS (1997) levantou em sua pesquisa alguns efeitos desfavoráveis do trabalho do operador de *telemarketing* e citou como agentes causadores o mobiliário inadequado, causando dores em membros e articulações; os fones de ouvido de má qualidade, podendo causar desconforto e até lesões auditivas, e o ruído ambiente.

MONETTI & FERREIRA (1994) traduziram a publicação original de *Le Guillant* et al. sobre a influência das condições sociais e laborativas na saúde de telefonistas e ressaltaram a presença de fadiga nervosa gerando alterações do humor e do caráter, manifestada por sinais e sintomas como a intolerância e hipersensibilidade a sons intensos, além de alterações no sono, alterações somáticas como cefaléia, anorexia, alterações menstruais e alterações cardiovasculares.

Visando a preservar o bem-estar físico e mental destes profissionais, surgiram equipes multidisciplinares para um acompanhamento direto dos operadores de *telemarketing* no seu ambiente de trabalho. É nesse momento que a atuação fonoaudiológica se insere, com o objetivo de prevenir, detectar e tratar as alterações relacionadas a voz, fala e audição destes profissionais.

A integridade do sistema auditivo do operador de *telemarketing* é essencial para o bom desempenho de sua função. No dia-a-dia, ele está continuamente exposto ao ruído, muitas vezes em níveis sonoros excessivos, produzidos tanto pelo monofone quanto pelo próprio ambiente de trabalho.

De acordo com QUINTEIRO (1997), o monofone, equipamento aparentemente inofensivo, pode transformar-se em um dispositivo prejudicial à saúde do ser humano quando usado cotidianamente, como profissão e sem critério.

Segundo MERLUZZI (1981), os efeitos do ruído na audição podem ir desde uma alteração passageira até graves perdas de audição.

Diferentes fatores podem aumentar o risco de perda auditiva, dentre eles a intensidade do ruído, o tempo de exposição, os fatores genéticos e a susceptibilidade individual (SANTOS & MORATA, 1994).

A fim de prevenir e diagnosticar precocemente as alterações auditivas, devemos estar atentos às perdas auditivas mínimas, mesmo que dentro do limite de normalidade.

As pesquisas encontradas na literatura referentes aos operadores de *telemarketing* estão relacionadas essencialmente às áreas de voz e fala, não existindo nenhum estudo relacionado à audição destes indivíduos em nossa realidade.

Diante do que foi exposto, este trabalho tem como objetivos:

1. Pesquisar as influências do ambiente de trabalho sobre a saúde auditiva dos operadores de *telemarketing*, em uma empresa localizada no município de São Paulo.
2. Estudar o perfil audiométrico destes profissionais.

MATERIAL E MÉTODO

Casuística

Foram avaliados 160 operadores de *telemarketing*, 119 do sexo feminino e 41 do sexo masculino, na faixa etária de 19 a 38 anos.

Os operadores cumpriam uma jornada de trabalho de 6 horas diárias, 5 dias por semana em turno fixo, com 2 intervalos de 15 minutos. Todos os sujeitos faziam o uso de *head-set* monoauriculares.

Instrumentos

Foi elaborado um questionário e aplicado em todos os operadores de *telemarketing* da empresa, a fim de levantar os dados pessoais, de saúde, antecedentes otológicos, bem como as queixas, hábitos e dificuldades auditivas e não auditivas.

A seguir, foi realizada otoscopia para verificação da presença de cerume e/ou corpo estranho que pudesse inviabilizá-los e audiometria tonal por V.A. e V.O. nas frequências de 500Hz, 1kHz, 2kHz, 3kHz, 4kHz, 6kHz e 8kHz, conforme os critérios de SANTOS & RUSSO (1994), em cabina acusticamente tratada, segundo recomendação da norma ANSI S3.6 (1989).

A classificação das curvas audiométricas baseou-se em uma adaptação do sistema utilizado por FIORINI (1994), conforme mostra o Quadro 1.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os operadores de *telemarketing* avaliados nesta pesquisa foram jovens, com uma média de idade de 25 anos, estando a maioria na faixa etária de 21 a 25 anos e predominando os indivíduos do sexo feminino (74,4%).

O tempo de serviço na função encontrado nesta pesquisa foi pequeno, tendo mais da metade dos sujeitos avaliados (51,3%) trabalhado por um período de até 2 anos.

Em relação às queixas auditivas citadas pelos operadores, a coceira se destacou, com 42,5% de ocorrência, seguida do zumbido, com 25,6%, e da sensação de perda auditiva,

Quadro 1. Critério de classificação das curvas audiométricas, segundo adaptação do sistema utilizado por FIORINI (1994)

NORMAL	<ul style="list-style-type: none"> • Normal bilateral: limiares das duas orelhas menores ou iguais a 25 dB (A) • Com entalhe unilateral: limiares das duas orelhas menores ou iguais a 25 dB (A), com entalhe audiométrico (rebaixamento nas frequências de 3 kHz, 4 kHz ou 6 kHz com diferença de 10 dB da frequência anterior ou posterior) em apenas uma orelha • Com entalhe bilateral: limiares das duas orelhas menores ou iguais a 25 dB (A), com entalhe audiométrico nas duas orelhas
PAIR	Limiares maiores que 25dB (A) nas frequências altas (3 kHz, 4 kHz e 6 kHz)

va, com 6,3%, (Gráfico 1). Não encontramos na literatura dados semelhantes a estes, porém acreditamos que isto se dê pelo fato do monofone ocluir o meato acústico externo, quando utilizado por um longo período de horas sem que haja alternância entre as orelhas, não permitindo a ventilação adequada.

Das queixas auditivas e não auditivas após o turno de trabalho, a dor de cabeça foi a principal ocorrência levantada pelos operadores avaliados (38,8%). Estes dados vão ao encontro de MONETTI & FERREIRA (1994), ao afirmarem que a dor de cabeça foi encontrada em 34% das telefonistas analisadas. Acreditamos que ela esteja associada ao alto nível de estresse vivido diariamente por estes profissionais.

No que se refere ao monofone, a maioria dos operadores de *telemarketing* avaliados (40,6%) fazia uso alternado, enquanto o restante utilizava-o exclusivamente em uma das orelhas.

O grande número de operadores que alternavam o monofone durante a jornada de trabalho encontrados nes-

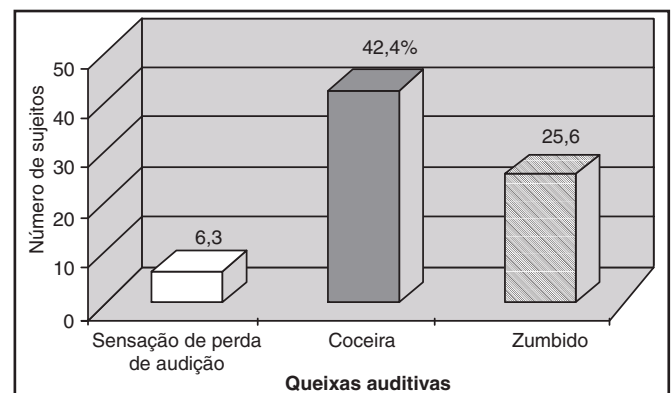


Gráfico 1. Distribuição dos sujeitos avaliados em relação às queixas auditivas.

ta pesquisa provavelmente se deu pela existência de um acompanhamento audiológico anual, onde, além da audiometria, é realizado um trabalho de orientação quanto aos cuidados com a audição.

Ainda em relação ao uso do monofone, um dado que nos chamou atenção foi que 3,1% dos operadores de *telemarketing* analisados utilizavam dois monofones, realizando, desta maneira, o atendimento ativo e receptivo ao mesmo tempo. Esta prática, além de não permitir a ventilação do meato acústico externo, aumenta o nível de estresse que tende a ser elevado nesta profissão (QUINTEIRO, 1995; DANTAS, 1997).

A principal queixa relativa ao ambiente de trabalho citada pelos operadores de *telemarketing* avaliados foi o ruído ambiente (30%), como ilustra o Quadro 2. Isto ocorre pela grande concentração de operadores em um mesmo ambiente físico e pela circulação dos mesmos nas mudanças de turno.

Este dado vai ao encontro da pesquisa de ALGODOAL (1995), que encontrou 40% de queixas em relação ao ambiente de trabalho inadequado, destacando os ruídos ocasionados pela circulação de funcionários.

Acreditamos que, à medida que o ruído do ambiente aumenta, os operadores tendem a elevar o nível de intensidade da voz e aumentar o volume do monofone, potencializando o risco de ocorrência de alterações auditivas.

No que diz respeito aos hábitos auditivos, encontramos resultados inesperados. Apenas 24,4% dos operadores de *telemarketing* tinham o hábito de ouvir *walkman* e 31,3% de ouvir música em intensidade elevada.

Esperávamos encontrar maior ocorrência destes hábitos, já que a amostra constituiu-se basicamente de indivíduos jovens. Estes resultados podem estar relacionados ao fato de os operadores de *telemarketing* receberem estimulação auditiva ininterrupta no seu dia-a-dia de trabalho, desejando um repouso auditivo em seus momentos de lazer.

Quanto à configuração audiométrica dos operadores de *telemarketing* avaliados, não encontramos nenhum caso de PAIR; porém foi observado que mais da metade dos sujeitos (50,6%) apresentaram audição normal com presença de entalhe audiométrico, conforme ilustra o Gráfico 2.

Quadro 2. Distribuição das queixas mais comuns em relação ao ambiente de trabalho

Queixas	N(%)
Ruído ambiente	33 (30,0)
Ruído do fone	57 (7,5)
Ar condicionado	65 (5,6)
Posição (sentado)	7 (4,4)
Tela do computador	5 (3,1)

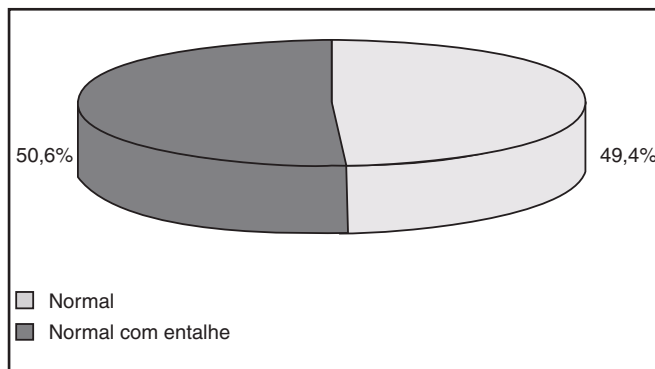


Gráfico 2. Distribuição dos sujeitos avaliados (N = 160) em relação à configuração audiométrica.

Na pesquisa de FIORINI (1994), um grupo de trabalhadores expostos a ruído foi acompanhado durante um período de três anos e foi observada uma tendência revelando uma seqüência de evolução da audição normal para audição normal com entalhe audiométrico e PAIR.

Partindo do princípio de que a profissão de operador de *telemarketing* é bastante recente, não era esperada a ocorrência de PAIR, já que esta ocorre após longos anos de exposição. Contudo, pela elevada ocorrência de indivíduos apresentando audição normal com presença de entalhe audiométrico encontrada neste estudo, julgamos ser necessária a adoção de medidas preventivas em relação à conservação da audição destes operadores.

A maior ocorrência de entalhe audiométrico deu-se unilateralmente na orelha esquerda (40,7%), seguida da orelha direita (37,1%). Já o entalhe audiométrico bilateral foi observado em apenas 22,2% dos indivíduos analisados.

Não encontramos na literatura estudos relacionados ao tipo de entalhe audiométrico, porém, em relação à PAIR, FERREIRA JÚNIOR (1998) afirmou que, dependendo do tipo de exposição das orelhas ao ruído, o grau de perda auditiva pode preponderar mais em um lado do que no outro.

Tanto na associação entre a idade e a presença de entalhe audiométrico, quanto na associação entre o tempo de serviço na função e a presença de entalhe audiométrico nos operadores de *telemarketing*, foram encontrados dados semelhantes. Com o aumento da idade e do tempo de serviço, ocorreu o aumento de entalhe audiométrico.

Apesar destes resultados não apresentarem significância estatística, já eram esperados, pois segundo SANTOS & MORATA (1994), a extensão e o grau das alterações auditivas têm relação direta com a intensidade de pressão sonora, duração do tempo de exposição, idade e a susceptibilidade individual.

A frequência sonora mais atingida nos limiares audiométricos dos operadores de *telemarketing* avaliados que apresentavam entalhe audiométrico foi a de 6kHz, seguida das frequências de 4kHz e 3kHz.

Nos casos de PAIR, a lesão geralmente inicia-se em 6 kHz e depois atinge 4 kHz e 3 kHz (COMITÊ NACIONAL DE RUÍDO E CONSERVAÇÃO AUDITIVA, 1994; FIORINI, 1994; SANTOS & MORATA, 1994; KOBATA, 1997 e FERREIRA JÚNIOR, 1998). Estes resultados reforçam a hipótese de que o entalhe audiométrico pode ser considerado indicativo de uma futura PAIR.

Novos estudos precisam ser realizados para que se confirmem os dados já obtidos e para que sejam esclarecidas as questões e hipóteses levantadas nesta pesquisa.

■ CONCLUSÕES

- A principal queixa auditiva encontrada foi a coceira (42,5%), seguida do zumbido (25,6%) e da sensação de perda de audição (6,3%).
- A dor de cabeça foi citada por 38,8% dos operadores como a principal sensação após o turno de trabalho.
- A maioria dos operadores de *telemarketing* alternavam o uso do fone (40,6%).
- O ruído ambiente apareceu como a principal reclamação em relação ao ambiente de trabalho.
- 50,6% dos operadores apresentaram audição normal com presença de entalhe audiométrico, sem nenhuma ocorrência de PAIR.
- Com o aumento da idade e do tempo de serviço, ocorreu o aumento de indivíduos que apresentavam entalhe audiométrico, sendo este comportamento semelhante ao encontrado em pesquisas com PAIR.
- A frequência mais atingida nos limiares auditivos normais com entalhe foi 6 kHz, seguida das frequências de 4 kHz e 3 kHz.

Endereço:

Rua Francisco Soledade, 32/101
 CEP: 03125-070 – São Paulo – SP
 Tel.: (0xx11)273-6299
 E-mail: reinaldo@zaz.com.br

■ BIBLIOGRAFIA

- ALGODOAL, M. J. A. O. – **Voz profissional: o operador de telemarketing**. São Paulo, 1995. [Tese – Mestrado – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo].
- BRASIL – COMITÊ NACIONAL DE RUÍDO E CONSERVAÇÃO AUDITIVA – Perda auditiva induzida pelo ruído relacionado ao trabalho. **Rev de Acústica e Vibrações**, 13:123-25, 1994.
- CASTELLIANO, T. & FERREIRA, N – **Telemarketing 100%**, Ed. Record, Rio de Janeiro, 1998.
- DANTAS, E.B. – **Telemarketing: a chamada para o futuro**, Ed. Atlas, São Paulo, 1997.
- DANTAS, E. B. – Telemarketing: comunicação com o mercado por meio de recursos telemáticos, In: **O poder do marketing**, Ed. Martin Claret, São Paulo, 1998.
- FERREIRA JÚNIOR, M. – **Perda auditiva induzida por ruído: bom senso e consenso**, Ed VK Ltda, São Paulo, 1988.
- FIORINI, A.C. – **Conservação auditiva: estudo sobre o monitoramento audiométrico em trabalhadores de uma indústria metalúrgica**. São Paulo, 1994 [Tese – Mestrado – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo].
- KOBATA, D.Y. – **Perfil audiométrico de indivíduos submetidos a exame admissional** – São Paulo [Monografia – Especialização em Audiologia Clínica – CEFAC – CEDIAL].
- MERLUZZI, F. – Patologia da rumori, In SATORELLE, **Tratado di Medicina del Lavoro**, 2 (41): 1119-49, Piccin Editori, Pádua, 1981.
- MONETTI, D. & FERREIRA, L.L. – A Neurose das telefonistas. **Rev. Bras. de Saúde Ocup.**, 12 (47): 7-11, 1994.
- QUINTEIRO, E. A. – **O poder da voz e da fala no telemarketing: treinamento vocal para teleoperadores**, Summus Editorial, 1995.
- QUINTEIRO, E. A. – Fonoaudiologia do trabalho e o telemarketing, In: LOPES FILHO, O. (org.) – **Tratado de Fonoaudiologia**, 32: 744-50, Ed. Roca, São Paulo, 1997.
- SANTOS, T.M.M. & RUSSO, I.C.P. – **A prática da audiologia clínica**. 5a. ed., Editora Cortez, 1994.
- SANTOS, U.P. & MORATA, T.C. – Efeitos do ruído na audição. In: SANTOS, U.P. (org.) – **Ruído: riscos e prevenção**, 43-53, Ed. Hucitec, São Paulo, 1994.