

Identities sociais e(m) interações linguísticas: negociando identidades em chamadas telefônicas de serviço

Marcus Vinicius AVELAR¹

RESUMO: Este artigo investiga como identidades são negociadas em contextos de interação social. Especificamente, objetiva-se compreender quais são as estratégias linguísticas empregadas na negociação de identidades em duas interações telefônicas de solicitação de prestação de serviço. A pesquisa é desenvolvida a partir do diálogo de três áreas distintas, porém compatíveis: análise conversacional, sociolinguística e antropologia linguística. Argumenta-se que, nas interações estudadas, há complementaridade e tensão entre identidades locais (cliente/prestador de serviço) e identidades sociais que transcendem o telefonema (origem geográfica e classe social). Conclui-se que a alternância de códigos é o principal recurso linguístico utilizado pelos interlocutores para forjar identidades locais, especialmente quando estas se relacionam a identidades sociais que transcendem o contato telefônico.

Palavras-chave: Análise conversacional; comunicação interpessoal; identidades sociais.

ABSTRACT: This article investigates how speakers negotiate identities in social interaction. Specifically, it aims at understanding which linguistic strategies interactants use in the negotiation of identities in two telephone-mediated service encounters. This research was conducted through the combination of three distinct, but compatible paradigms: conversational analysis, sociolinguistics and linguistic anthropology. I argue that, in the interactions investigated, there is complementarity and tension between local identities (consumer/call taker) and social identities that transcend the call itself (geographic origin and social class). I conclude that code switching is the linguistic tool interlocutors prefer to forge local identities, especially when these identities relate to those that transcend the service call.

Keywords: Conversational analysis; interpersonal communication; social identities.

É possível identificar, na literatura sobre a construção linguística de identidades, duas linhas de força principais: uma que privilegia os aspectos microinteracionais (locais), e outra que dá maior destaque às condicionantes sociológicas que moldam as trocas linguísticas (aspectos macrointeracionais). Neste trabalho, objetiva-se ilustrar uma via de análise que pretende entender o papel que ambas as dimensões, micro e macrointeracionais, têm em contextos conversacionais concretos.

Tal via de análise é exemplificada por meio de dois estudos de caso, que consistem em duas interações de serviço mediadas por telefone. Argumento que, nas interações telefônicas em questão, identidades locais (cliente/prestador de serviço) e globais (procedência

¹ Doutorando em Linguística na Universidade do Colorado. Boulder-CO, EUA. Correio eletrônico: marcus.avelar@colorado.edu.

geográfica e classe social) são igualmente importantes, sendo que o direito de telefonar do cliente é desafiado pelos atendentes nos dois níveis citados. No nível micro, tal direito é desafiado apelando-se a contingências que impediriam a satisfação das demandas apresentadas. No nível macro, invocam-se identidades sociais amplas de modo a classificar as clientes em grupos que estariam desprovidos de uma série de direitos, não apenas o de apresentar demandas ao telefone. Uma das estratégias linguísticas utilizadas para transitar entre os níveis local e global é a alternância de códigos.

O estudo está organizado da seguinte maneira. Primeiramente, discuto a relação entre identidades e interações linguísticas, procurando esclarecer o que entendo por estes termos e quais são as referências teóricas que orientam este estudo. Após isso, exponho a metodologia de seleção do corpus e analiso as interações telefônicas que dele constam. Finalmente, teço considerações teóricas tendo em vista as análises anteriormente apresentadas.

Sobre identidades e interações linguísticas

A discussão linguística sobre como identidades são forjadas parece estar longe de ser concluída. Embora haja áreas de convergência teórica entre os diversos autores e autoras que se debruçam sobre a questão, é possível identificar duas grandes linhas de força em torno das quais o debate sobre a construção linguística de identidades parece se organizar.

Uma das linhas de força que vem se mostrando produtiva é a que enfatiza o caráter global das interações, ou seja, as condicionantes sociais que existem para além de interações particulares. Por exemplo, em seu estudo sobre o trabalho de face, Goffman (1995) já afirmava que, no palco das interações face a face, as identidades individuais são constituídas tendo em vista restrições sociais. Tais restrições, como o pertencimento a determinada classe socioeconômica, determinariam a maneira como as pessoas interagem entre si e como buscam preservar – ou destruir – a face de seus interlocutores. Embora o ensaio de Goffman preveja espaço para ação dos sujeitos individuais², o que hoje conhecemos por *agência*, tal ação ocorreria dentro de restrições sociais

² Por oposição a sujeitos coletivos, tais como grupos sociais.

marcadas, de modo que a esfera de ação do sujeito seria cerceada por condicionantes sociológicas mais amplas.

Em seu estudo sobre norte-americanos de origem étnica dominicana, Bailey (2006) também aponta como fatores sociológicos podem enquadrar (*frame*) interações particulares. Para Bailey, os falantes tendem a modular seu engajamento em interações verbais a partir da mobilização de inferências sobre o comportamento de seus interlocutores. Tais inferências são baseadas, por exemplo, na cor da pele do interlocutor, o que faz com que vários falantes de origem dominicana sejam classificados e tratados como afro-americanos a despeito de sua própria maneira de autoidentificação.

Bourdieu (1977, 1991) também aponta a existência de condicionantes sociológicas, mas a partir de outra perspectiva teórica: a da economia política da linguagem. Na perspectiva de Bourdieu, os falantes parecem ter ainda menos agência, na medida em que corporificam, de maneira inconsciente e ao longo da vida, uma série de práticas – ou *habitus* – que são a marca de seu pertencimento social. Para Bourdieu, a linguagem não está fora de tal dinâmica social, de modo que diferentes *habitus* linguísticos indicam – e constroem – diferentes lugares discursivos, sendo que todo lugar discursivo é um lugar de poder. Práticas linguísticas são investidas de maior ou menor poder simbólico dentro de um determinado sistema de inteligibilidade – como, aliás, ocorre com todas as práticas sociais. Gal (1999) aponta a herança marxista presente nas teorizações de Bourdieu e, além de reconhecer o valor da contribuição deste quadro teórico para os estudos sociolinguísticos, nota que o indivíduo, tal como concebido por Bourdieu, parece ter pouca agência.

Embora bem construídas, as propostas teóricas de Goffman, Bailey e Bourdieu podem apresentar desafios ao estudioso que busca analisar interações verbais específicas. Por exemplo, Lerner (1996) observa que identificar como o trabalho de face (GOFFMAN, 1995) ocorre em interações concretas é praticamente impossível, já que as categorias sociológicas aludidas por Goffman não possuiriam contrapartes linguísticas óbvias. Outrossim, Have (s/d) aponta que a aferição da relevância de inferências realizadas por falantes, como quer Bailey (2006), ou das consequências do processo de socialização ao longo da vida (BOURDIEU, 1977, 1991) também é problemática.

De acordo com Have (s/d), para realizar tal avaliação, o pesquisador teria de abandonar a análise da interação que efetivamente ocorreu e buscar o depoimento individual dos sujeitos envolvidos. Crítica semelhante pode ser encontrada em Schegloff (2007), que enfatiza o risco de psicologização que pode resultar da consulta aos falantes em detrimento da análise "linha a linha" das interações linguísticas.

Mas se Goffman, Bailey e Bourdieu parecem, ao menos por vezes, conceptualizar interactantes que têm pouca agência, outro é o caminho buscado por Bucholtz e Hall (2005), Kitzinger (2005a, 2005b) e Land e Kitzinger (2005).

Por meioAtravés da análise de dados de interação face a face, Bucholtz e Hall (2005) retomam a agência individual em seu estudo. As autoras argumentam que as identidades são construídas localmente, no contexto de cada interação, o que faz com que não seja possível afirmar a existência de identidades para além do âmbito de uma interação específica. Especificamente, as autoras afirmam que as identidades – sejam quais forem – não são o ponto de partida das variadas práticas semióticas, como a linguagem verbal, mas antes o produto de tais práticas (BUCHOLTZ; HALL, 2005, p. 588). Além disso, as autoras também insistem no caráter relacional da construção de identidades: as relações entre o eu e o outro são construídas a partir de dicotomias estabelecidas localmente, tais como similaridade/diferença ou genuíno/artificial (BUCHOLTZ; HALL, 2005, p. 598).

Dentro do paradigma teórico da análise da conversa, Kitzinger (2005a, 2005b) e Land e Kitzinger (2005) também argumentam que identidades são, sempre, localmente construídas e têm sentido apenas em determinados contextos interacionais. É assim que Kitzinger (2005a) observa que a heteronormatividade é interacionalmente construída e constantemente reiterada por meio de ferramentas linguísticas como os pronomes – mecanismos de referência do eu e do outro que trazem em si marcas de gênero. Em outro trabalho, Kitzinger (2005b) observa que, em chamadas de serviço, o uso de termos de referência que pressupõem uma organização familiar heterossexual (tais como "marido e esposa") é uma tecnologia de produção da heterossexualidade como natural e organizadora de toda dinâmica familiar (KITZINGER, 2005b, p. 494).

Adicionalmente, LandeKitzinger(2005) analisaram 150 chamadas

telefônicas para averiguar como pressuposições heteronormativas eram – ou não – contestadas por mulheres que se identificavam como lésbicas. De acordo com as autoras, as mulheres que optaram por assumir-se lésbicas em chamadas de serviço o fizeram logo após o emprego de um termo de referência heteronormativo por parte do interlocutor – como *marido* ou *companheiro*. Tal intervenção ocorria ora como correção explícita (“*Marido, não. Mulher*”) ou atenuada (“*Minha companheira...*”) e resultava de decisão deliberada das mulheres estudadas.

Os estudos que enfatizam o componente local da construção de identidades também são alvo de críticas, tanto quanto o são as propostas teóricas que enfatizam os componentes que extrapolam interações conversacionais específicas. Por exemplo, Cameron e Kulick (2006) reconhecem o caráter inovador do trabalho de Bucholtz e Hall, mas apontam que as autoras parecem atribuir agência ilimitada aos sujeitos, conseqüentemente, deixando de analisar aspectos que estão para além do controle individual. De modo similar, em que pese o fato de Land e Kitzinger trazerem dados robustos para apoiar sua hipótese, também é importante considerar que sua análise parece atribuir racionalidade extrema aos interactantes, de modo que cada um parece saber exatamente o que está fazendo a todo tempo.

É importante notar que as críticas a ambas as perspectivas são pertinentes porque, afinal, interações conversacionais contêm tanto a dimensão local quanto a global. Isso fica explícito, por exemplo, no exercício interacional de construção de assimetrias.

Fazendo assimetrias

Numa dada interação, posso, como falante, apresentar-me de diversas maneiras. Posso, por exemplo, construir-me como especialista em determinado tema ao utilizar o léxico que é próprio aos especialistas de certa área (KITZINGER; MANDELBAUM, Mimeo). Posso, ainda, utilizar um estilo linguístico (aí incluídos aspectos fonológicos, morfossintáticos e mesmo alternância de códigos) que permita identificar-me como membro de um outro grupo étnico. De modo similar, posso também lançar mão de estratégias linguísticas que indiquem minha filiação a uma certa identidade racial (URCIOLLI, 2011).

Complementarmente, também posso, como falante, classificar meu interlocutor ou alguma pessoa de quem falo como membro deste ou daquele grupo, classificação esta que pode ter funções interacionais de desambiguação de referência ou clarificação de afirmações prévias (WHITEHEAD; LERNER, 2009). Contudo, e talvez mais importante do que isso, ao classificar o outro, sempre classifico a mim mesmo. Quando atribuo uma categoria a alguém, demonstro meu conhecimento sobre esse alguém (e me incluo na categoria de conhecedor) e anuncio minha relação com ele (pertencemos ao mesmo grupo ou não, somos solidários ou antagônicos, e assim por diante) (SCHEGLOFF, 2007).

Acima de tudo, para que as filiações identitárias sejam eficazes, é necessário que meu interlocutor saiba do que estou falando. É imprescindível que compartilhem algum conhecimento, conhecimento esse que pode estar para além da interação, embora seja relevante nela. Por exemplo, identificar-me como negro no Brasil ou nos Estados Unidos tem consequências interacionais distintas que só são conhecidas por aqueles que têm familiaridade com um ou outro contexto. Em resumo, embora o exercício da construção identitária ocorra em interações particulares, às vezes, é necessário utilizar recursos provenientes de outras fontes, tais como os discursos que transcendem uma dada interação.

Em vista disso cabe, portanto, a pergunta: afinal, qual perspectiva teórica será utilizada no presente estudo? Busco, por um lado, reconhecer o quão crucial é o componente interacional da construção de identidades e, por outro, também reconhecer que há fatos sociológicos que transcendem interações particulares. Ao invés de tomar partido em favor de perspectivas que privilegiam a agência individual ou o condicionamento discursivo, argumento que ambas as dimensões, global e local, estão inevitavelmente presentes em cada interação conversacional. Especificamente, defendo que as duas referidas dimensões são mediadas por ideologias linguísticas que garantem a inteligibilidade de interações particulares num quadro mais amplo de identidades sociais que existem discursivamente para além das interações em questão.

Seleção do *Corpus*

O *corpus* para o presente estudo foi colhido no site <www.youtube.com>. Para constar do *corpus*, as interações telefônicas teriam de estar disponíveis na íntegra. Isso permitiria a análise de todas as sequências interacionais, evitando-se especulações sobre o que poderia ou não ter ocasionado uma dada reação. Além disso, as chamadas selecionadas teriam de ser motivadas por um pedido ou uma reclamação, critério que permitiria investigar interações potencialmente ameaçadoras às faces dos envolvidos.

A coleta de dados ocorreu no período de 04 de março de 2012 a 04 de abril de 2012 e concentrou-se em interações telefônicas realizadas em português brasileiro. A metodologia utilizada foi mista. Num primeiro momento, as seguintes palavras-chave foram pesquisadas: "atendimento telefônico", "atendimento ao cliente", "atendimento reclamação", "atendimento pedido", "atendimento telemarketing" e "telemarketing receptivo". Num segundo momento, avaliaram-se também materiais que não haviam sido localizados pelas palavras-chave mencionadas anteriormente, mas que constavam da seção "vídeos relacionados", seção esta preparada automaticamente pelo *YouTube* a cada vez que o usuário acessa um dos vídeos disponíveis no site.

Após o processo inicial de triagem, restaram 13 chamadas telefônicas, cinco das quais iniciadas pelos consumidores e oito delas iniciadas pelas companhias prestadoras de serviço. Em vista da significativa dimensão do *corpus*, novos critérios foram adotados para reduzir o número de entrevistas analisadas. O primeiro critério foi arbitrário: optei por analisar chamadas iniciadas por consumidores. Já o segundo critério tem motivações analíticas: das cinco chamadas iniciadas por consumidores, optei por estudar as interações nas quais houvesse uma negociação explícita de identidades. Por negociação explícita de identidades entendo não as identidades que já estão pressupostas e motivam a interação em si (consumidor vs. prestador de serviços), mas outras identidades sociais que fossem invocadas pelos participantes durante sua interação. Desta forma, o *corpus* inicial de 13 chamadas foi reduzido a duas. As conversas foram transcritas de acordo com as convenções da Análise da Conversa (ATKINSON; HERITAGE, 1984)³.

3 Os falantes são identificados com uma abreviação de três letras, na coluna à esquerda. Por exemplo, ATE corresponde a atendente e CON a consumidora. Além disso, também se utilizam:

Antes que se prossiga, cabe uma nota de esclarecimento. É sabido que o <www.youtube.com> apresenta algumas particularidades. É possível que uma gravação conste do referido site não porque é um exemplo prototípico de determinado tipo de interação, mas justamente porque foge ao padrão. Tal fuga do padrão pode, entre outras coisas, produzir um efeito de humor, razão pela qual certas gravações se tornam virais e acabam sendo veiculadas por diversos usuários que alteram seu título e, eventualmente, montam diferentes vídeos associando imagens à fala de modo a potencializar o efeito humorístico das interações. Em suma, pode-se argumentar que as interações que constam do *corpus* final para o presente trabalho não são prototípicas.

Contudo, tais fatos não comprometem o objetivo geral deste trabalho, qual seja, analisar quais são os mecanismos pelos quais as assimetrias entre os interactantes são construídas e/ou contestadas. Assim sendo, é possível analisar os efeitos de sentido das interações selecionadas – e construir hipóteses a partir de tal análise – ainda que as chamadas de serviço elencadas aqui não sejam prototípicas.

Uma interação ideal

Os que escrevem roteiros para atendentes de telemarketing, e também aqueles que preparam tais profissionais, enfatizam a diferença entre *telemarketing ativo* e *telemarketing receptivo*. O *telemarketing ativo* ocorre quando a empresa prestadora de serviço contata um cliente, atual ou potencial, via de regra para oferecer-lhe um novo serviço. Trata-se, portanto, de uma oferta iniciada pela

-
- (4.3) números entre parênteses indicam o tempo, em segundos, nos quais não houve fala;
 - (.) um ponto entre parênteses indica um tempo, inferior a dois décimos de segundo, no qual não houve fala;
 - : dois pontos indicam que o segmento anterior foi pronunciado de forma alongada;
 - ? o ponto de interrogação indica elevação tonal, similar à que se observa, usualmente, em perguntas;
 - () parênteses vazios indicam que algo foi dito, mas que a qualidade do som não possibilitou a transcrição;
 - (()) parênteses duplos indicam comentários feitos pelo analista;
 - [] colchetes indicam porções das ilocuições que são produzidas simultaneamente. As porções produzidas simultaneamente estão imediatamente acima (ou abaixo) umas das outras na transcrição;
 - >< a taxa de elocução do trecho transcrito entre os sinais de maior e menor é maior que a média do falante;
 - o sublinhado marca pronúncia com ênfase;
 - XX letras maiúsculas indicam que o segmento foi pronunciado em alto volume;
 - o hífen indica fala que foi subitamente interrompida.

empresa. Já o *telemarketing receptivo* consiste no atendimento, por parte da empresa prestadora de serviços, de contatos iniciados por consumidores – atuais ou potenciais. Aqui, as interações referem-se não a ofertas, mas a pedidos de informação ou, mais comumente, a reclamações. A estrutura da abertura pelo atendente de telemarketing passivo, ilustrada abaixo, é bastante rígida e é o único ponto no qual todas as referências consultadas⁴ concordam:

Atendente: Abertura (identificação da empresa, identificação pessoal, saudação)

Cliente: Diz a razão da ligação

Atendente: Anota a razão da ligação. Checa os dados cadastrais do cliente ou cria cadastro.

Cliente: Confirma os dados cadastrais

Atendente: Propõe uma solução/fornece a informação.
Encerramento (empresa agradece contato)

O atendente deve dizer, nesta ordem, o nome da empresa que representa, seu próprio nome completo e uma saudação (bom dia, boa tarde, boa noite, à sua disposição). Tal ordem opõe-se à estrutura da abertura do telemarketing ativo, na qual o atendente primeiro saúda o cliente, depois se identifica e finalmente cita o nome da empresa que representa.

Curiosamente, nenhuma das fontes consultadas parece reconhecer o fato de que nem todas as interações seguem o roteiro pré-estabelecido pela companhia de telemarketing. Dito de outro modo, os atendentes de telemarketing parecem não receber treinamento para situações que fujam do *script* e envolvam improvisações⁵.

4 Cf. Rosário, 2009; Telemarketing receptivo s/d; Script de Atendimento Receptivo s/d; Instituto Isaac Martins s/d.

5 Bárbara (2006) cita o caso de atendentes em treinamento que brincam de improvisar, mas nota que tal improvisação não é encorajada pelo instrutor nem pelos colegas de curso.

Primeiro telefonema⁶

A primeira chamada analisada é feita por uma consumidora (CON) que contata um atendente (ATE) de uma empresa de telefonia fixa:

- 1 ATE rafael bom dia
 2 CON muito bom dia
 3 ATE pois não?
 4 CON é (.) eu quero saber o valor da minha conta e quero fazer
 5 um acordo aí com você
 6 ATE puta que pariu conta meia noite e trinta e cinco senhora?
 7 liga amanhã
 8 (1)
 9 CON como?
 10 ATE senhora liga amanhã, tá muito tarde não vou ver conta não
 11 CON eu só tenho tempo pra ligar agora eu chego do trabalho
 12 agora amanhã eu não tenho tempo pra ligar não amanhã
 eu não
 13 posso ()
 14 ATE puta que pariu a senhora trampa das sete hora à meia-
 noite?
 15 CON é o quê?
 16 ATE a senhora trampa das sete hora à meia noite?
 17 (1.5)
 18 CON meu filho- quando eu chego em casa eu vô pra faculdade
 19 eu não tenho tempo de ficar ligando não e- eu só
 20 tenho tempo de chegar e sair
 21 ATE senhora com essa voz de nordestina a senhora faz faculdade
 22 do quê de plantação de milho?
 23 (1.8)
 24 CON vem cá você é o quê você é um atendente ou você é um
 banana
 25 porque do jeito que você tá atendendo um cliente, meu
 filho
 26 ATE o senhora puta que pariu n-n-não vou atender a senhora

6 (Atendente esculacha cliente (Rafael))

<http://www.youtube.com/watch?v=IXpBQcv6UjI&feature=fvwrel>

não
 27 senhora puta que pariu já é de noite é hora de dormir me
 28 deixa dormir em paz aqui
 29 CON puta que pariu? é assim que fala?
 30 ATE é senhora vá ó a senhora com essa vizinha de nordestina
 já
 31 tá me irritando então a senhora retorna a ligação amanhã
 32 CON olhe fique sabendo que essa ligação tá sendo gravada e
 você
 33 vai se () viu meu filho
 34 ATE a tá tá beleza brigadão tá
 35 CON você vai se dá de mal viu porque sua ligação está sendo
 36 filmada
 37 ATE eu vou me dá de mal ((risos)) a minha ligação está sendo
 38 filmada? tá sendo filmada então (.) e eu vou me dar de mal
 39 então senhora? puta que pariu hein? senhora primeiro
 40 a senhora aprende a falar que a senhora falou que tá
 41 fazendo faculdade que a senhora não deve saber po:rra
 42 nenhuma aí a senhora retorna a ligação aqui tá bom?
 43 (1.8)
 44 ATE alô?
 45 CON tá bom não te trato assim não não te trato assim não viu?
 46 ATE tá bom então meu rei(.) tá:?
 47 CON ()

ligação encerrada pela cliente

A ligação não segue o padrão mencionado na seção anterior, visto que o atendente não diz seu sobrenome, tampouco menciona o nome da empresa. Mas não é isso que parece interferir no andamento da solicitação iniciada pela cliente. As identidades de consumidor e prestador de serviço estão estabelecidas no momento em que se faz a ligação, e se suporia que a existência de tais identidades, por si só, aferiria à consumidora o direito de ligar e solicitar informações referentes à sua conta. Contudo, tal direito não é reconhecido pelo atendente. A partir deste momento (linha 6), a chamada deixa de ser uma solicitação de informações sobre a fatura e passa a ser uma negociação explícita de identidades, na qual o direito da consumidora

de solicitar informações é abertamente contestado pelo atendente.

Nas linhas 6-7, o atendente afirma que o horário da ligação é o que impede que a solicitação seja atendida. Mesmo quando questionado pela consumidora (linha 9), o atendente insiste na sua justificativa (linha 10). Após a insistência do atendente, a consumidora engaja-se na tarefa de (re)estabelecer seu direito de chamar a prestadora de serviço. O esforço exercido por ela é semelhante àquele mencionado por Heritage e Robinson (2006) para contextos de interação médico-paciente: trata-se de justificar por que o horário é apropriado pela chamada. A cliente procura garantir a legitimidade de seu direito a telefonar para a companhia apelando às contingências (CURL; DREW, 2008) próprias de seu cotidiano, que a impediriam de chamar em outro horário (linhas 18-20). É aqui que outra identidade social entra em cena, no turno do atendente: a cliente é identificada como nordestina.

Peres (2011) mostrou o papel que a prosódia desempenha na identificação de variedades regionais do português brasileiro. Na linha 21, o atendente demonstra haver identificado a consumidora como nordestina por meio do estilo linguístico (IRVINE, 2001) empregado por ela. Kroskrity (2000) e Milroy e Milroy (1999) já afirmaram que as ideologias linguísticas nunca dizem respeito apenas à língua, mas carregam em si uma série de juízos sobre os falantes de tal ou qual variedade. No Brasil, os falantes de variedades nordestinas são vítimas preferenciais de preconceito linguístico e são identificados a indivíduos pouco educados, inteligentes e desenvolvidos (BAGNO, 1999). O poder simbólico (BOURDIEU, 1977, 1991) de sua fala seria escasso, de modo que a utilização de um estilo de fala nordestino localizaria o falante no ponto mais baixo da estrutura social brasileira. Mesmo os falantes nordestinos de classes socioeconômicas superiores sofreriam tais preconceitos, especialmente por parte dos habitantes das regiões sul e sudeste do país (BAGNO, 1999). Isso levaria falantes de variedades menos prestigiadas a alterar sua maneira de falar de modo a deixá-la mais adequada à norma urbana culta (FARACO, 2008). É nesse sentido que pode ser entendido o comentário do atendente nas linhas 21-22. Por ter ligado de madrugada, nenhum cliente teria direito a ser atendido. Já a esta cliente em específico, são negados dois direitos: o de chamar a companhia durante a madrugada e o de estudar uma disciplina acadêmica legítima. Afinal, por ser nordestina, a falante

supostamente não possuiria capacidade intelectual para tanto.

A cliente resiste ao insulto do atendente por meio da insistência na assimetria identitária cliente/atendente (linhas 24-25). Em resposta, o atendente reitera seu argumento inicial de que o horário é a razão pela qual a solicitação da cliente não será atendida (linhas 26-28). Quando repreendido pela cliente (linha 29), o atendente, falante de uma variedade de prestígio do português brasileiro⁷, insiste na categorização da consumidora como nordestina (linhas 30-31). A cliente volta à sua estratégia de configurar a conversa como uma interação entre cliente e atendente e adverte o atendente sobre possíveis consequências negativas do mal atendimento (linhas 32-33, 35-36). O atendente, por seu turno, indica falta de preocupação com as supostas consequências (linha 34) e ridiculariza a consumidora ao afirmar que ela não é suficientemente bem informada, embora afirme estar cursando faculdade (linhas 37-42). A cliente parece aquiescer à diretiva do atendente (linha 45), que disfere um último golpe, materializado na forma de tratamento *meu rei*.

Bailey (2006) menciona como a alternância de códigos pode ser utilizada para construir discursivamente uma assimetria de poder. Falantes bilíngues de inglês e espanhol, quando confrontados em inglês, podem responder tanto em inglês quanto em espanhol, indicando ao interlocutor que dominam dois códigos, ao passo que o interlocutor domina apenas um. Por dominar mais códigos, os falantes bilíngues podem criar para si um local discursivo superior àquele de seus interlocutores, invertendo a assimetria existente inicialmente. Na linha 46, o atendente utiliza uma expressão idiomática caracteristicamente nordestina: *meu rei*. Com efeito, o atendente sinaliza o domínio do código da cliente não apenas por meio de sua escolha lexical (KITZINGER; MANDELBAUM, Mimeo), mas também pelo emprego de prosódia identificável como nordestina (PERES, 2011). Aqui, a alternância de códigos serve a dois propósitos: reverter uma assimetria anteriormente referida pela cliente (cliente vs. atendente) e reforçar a assimetria estabelecida pelo atendente (paulista vs. nordestina).

Nesta chamada, à assimetria cliente/prestador de serviço, esperada da interação, soma-se outra, paulista/nordestina, criada no

⁷ O atendente utiliza a variedade paulista padrão em sua interação com a cliente. As variedades linguísticas urbanas do Estado de São Paulo tendem a ser consideradas prestigiosas (BAGNO, 1999; FARACO, 2008).

curso da interação com vistas a desafiar ainda mais o direito da cliente. Parte-se, portanto, de identidades locais a identidades sociais mais abrangentes, e utiliza-se a alternância de códigos como estratégia para exacerbar as assimetrias identitárias criadas na interação.

Segundo telefonema⁸

A segunda interação analisada ocorre entre a atendente (ATE) de uma empresa de fornecimento de energia elétrica e uma consumidora (CON). A consumidora telefona para reclamar do corte do fornecimento de energia elétrica à sua residência.

- 1 ATE COELCE Natália boa tarde por gentileza com quem
2 eu falo?
- 3 CON Minha querida não tem negócio de boa tarde não
4 seguinte é esse estou com as duas últimas faturas
5 paga da minha luz e veio um hõmi que num tem o
6 que fazer >qu'eu acho qu'elenum tem o que fazer
7 não< e corta minha luz eu tenho criança
- 8 ATE senhora tenha calma (.) é: sen[hora
- 9 CON [CALMA É O CACETE anote
10 os números que tem aqui na [minha fatura [pa:ga
11 ATE [()] [calma
12 senhora [calma
- 13 CON [minha filha você ainda tá pedindo calma
14 anote eu NÃO POSSO ficar sem energia não porque eu
15 tenho CRIança certo inclusive tem uma senhora aqui que
16 é doente
- 17 ATE [calma senhora
- 18 CON [é dependente de energia
- 19 ATE calma se[nhora
- 20 CON [anote o número
- 21 ATE a senhora
- 22 CON três quatro meia sete
- 23 ATE deixa eu falar senhora?
- 24 CON oito oito sete três

8 (Atendimento COELCE - Telemarketing) <http://www.youtube.com/watch?v=p1aoJqoKMrE>

- 25 ATE não eu não estou anotando mas se você tiver um
 26 pouquinho de calma eu vou estar ano[tando
 27 CON [MINHA FI:LHA::
 28 ATE tenha calma pra mim fazer sua nova religação senhora
 29 CON anote o número
 30 ATE peraí olha o respeito pela gente aqui a gente não tem-
 31 essas irresponsabilid[ades
 32 CON [MINHA FILHA mas eu não posso
 33 esperar que eu sou a culpa:da eu tenho o que fazer eu
 34 não posso ficar perdendo tempo no telefone não
 35 ATE calma senhora fale direito comigo porque eu não tenho
 36 nada a ver com o seu co:рте da sua re[sidênciasen-
 37 CON [MAS tá pago
 38 minha querida
 39 ATE sim meu amor tenha calma respire fundo que agora eu
 40 vou fazer su[()
 41 CON [NÃO quero saber anote o número cê ainda
 42 tá discutindo você é pa receber ordem
 43 ATE ((risos)) senhora me informe aí seu nome comple:to por
 44 gentile:za
 45 CON () você é subordinada anote o número
 46 ATE não a gente não quer número agora QUERemos só o seu
 47 nome completo
 48 CON MARIA IZOLDA DA silva
 49 ATE ((ri por 4 segundos)) senhora? ((ri por 2 segundos))
 50 CON minha filha você tá me levando a pagode mesmo é?
 51 ATE ((risos))
 52 CON isso é uma PQRra() direito
 53 ATE ((risos))
 54 CON ISSO É UMA PAIA-
 55 ATE () o () é izolda ((risos))
 56 CON ()

ligação interrompida pela cliente

Na segunda interação, a atendente aproxima-se mais das fórmulas de abertura exploradas anteriormente. A funcionária identifica a companhia (COELCE), autoidentifica-se (sem mencionar

seu sobrenome) e utiliza uma saudação (*boa tarde*). Logo após esta abertura, a atendente solicita que a reclamante identifique-se (*por gentileza, com quem eu falo?*). O turno da atendente é respondido de maneira veemente e agressiva por parte da cliente (linhas 3-7). Entender como alguns estudos e manuais sugerem que o atendente trate o cliente agressivo é útil para a melhor compreensão deste telefonema.

Em seu estudo, Rosário (2009) identifica cinco tipos distintos de clientes que contatam a empresa para fazer reclamações, sendo que cada tipo de cliente reclamante deve ser abordado de maneira distinta pela empresa. De acordo com Rosário, o clientes agressivos são aqueles que

(...) reclamam, geralmente em alta voz e de forma efusiva; a empresa deve ouvir atentamente a reclamação, perguntar sempre: "em que posso ajudar mais?", admitir que o problema existe e indicar o que vai ser feito para o mesmo ser resolvido e quando. Este tipo de clientes (sic) torna-se por vezes imprevisível e responde violentamente às justificações apresentadas. (ROSÁRIO, 2009, p. 16)

Dada a maneira como a cliente em questão responde à atendente, é possível classificá-la como agressiva. A cliente se recusa a fornecer seu nome (linha 3), conforme havia sido solicitado (linhas 1-2), e cita explicitamente a saudação utilizada pela atendente. Tais ações podem indicar não somente a disposição beligerante da consumidora, mas também um erro de estratégia por parte da atendente. No sexto slide de seu manual de Treinamento Básico de Serviço de Atendimento ao Cliente, o Instituto Isaac Martins é claro ao propor a substituição de saudações usuais no atendimento à reclamação: "[...] troque o cumprimento ('Bom dia, boa tarde') por 'À sua disposição'. Isso evita que o cliente comece a reclamar na sua apresentação, afinal, para ele, não está um bom dia!"⁹. Discordar do juízo que a atendente faz do dia que está tendo pode ser entendido como uma estratégia discursiva utilizada pela cliente para censurar uma suposta falta da funcionária da empresa.

Outra característica da fala da atendente que pode ser entendida como desencadeadora de reações agressivas são os reiterados pedidos de calma. A atendente pede para que a cliente tenha calma oito vezes

9 <http://www.slideshare.net/isaacmartins/treinamento-bsico-de-servio-de-atendimento-ao-cliente-sac>, slide 06/15.

(linhas 8, 12, 17, 19, 26, 28, 35 e 39), sendo que em uma delas utiliza uma expressão sarcástica (*respire fundo*, linha 39). De acordo com o já citado manual elaborado pelo Instituto Isaac Martins, tal estratégia é fortemente desaconselhada. O manual sugere “Evite frases ‘O Sr. está muito nervoso’ ou ‘Acalme-se’. Isso o deixará mais furioso”¹⁰.

Em se acreditando na validade empírica das indicações de Rosário (2009) e do Instituto Isaac Martins, é possível dizer que a atendente não foi apenas vítima da agressividade da cliente – afinal, a funcionária colaborou para que o nível de agressividade aumentasse ainda mais durante o telefonema. Para além dos aspectos já indicados (cumprimento utilizado e pedidos de calma), outros recursos linguísticos foram utilizados para que esta interação fosse sensivelmente belicosa.

Embora as características prosódicas da fala de ambas interlocutoras permitam identificá-las como falantes da variedade nordestina do português brasileiro, especificamente a cearense (PERES, 2011), os traços morfossintáticos de sua fala tornam possível diferenciá-las em dois grupos distintos. A fala da atendente apresenta concordância de número em todos os elementos do sintagma, ao passo que a reclamante tende a marcar a distinção singular/plural apenas no determinante. Tal fenômeno permite indicar que o estilo discursivo (IRVINE, 2001) utilizado pela atendente situa-se mais próximo da norma culta do português brasileiro, ao passo que o estilo utilizado pela reclamante está mais distante dela. No panorama das ideologias linguísticas no Brasil, os diferentes usos linguísticos das interactantes têm repercussões claras no que tange a identidades sociais (BAGNO, 1999; FARACO, 2008). As estruturas linguísticas utilizadas pela atendente a situam no polo superior de três contínuos: rural-urbano, oralidade-letramento e monitoração estilística (FARACO, 2008). Já as estruturas utilizadas pela cliente a situam no polo inferior desses mesmos *continua*, local discursivo dotado de poder simbólico escasso.

Outros aspectos da conversa também contribuem para a construção interacional de assimetrias (WHITEHEAD; LERNER, 2009). Nas linhas 22 e 24, a reclamante insiste em fornecer os dígitos de suas contas pagas antes de se identificar. A atendente, após ver sua primeira intervenção fracassar (linha 23), utiliza-se de outro recurso linguístico na linha 25: a alternância no pronome de tratamento. Brown

10 <http://www.slideshare.net/isaacmartins/treinamento-bsico-de-servio-de-atendimento-ao-cliente-sac>, slide 11/15.

e Gilman (1972) argumentam que algumas línguas possuem ao menos dois grupos de pronomes, um utilizado em situações nas quais não há, ou não é enfatizada, assimetria de poder entre os interlocutores (pronomes de solidariedade), e outro utilizado nas situações nas quais tal assimetria é linguisticamente marcada (pronomes de poder)¹¹. Até a linha 25, a atendente havia utilizado o pronome de poder *senhora*; na linha 25, ela utiliza o pronome de solidariedade *você*. A alternância de uso pronominal neste momento da conversa é bastante significativa. Como no telefonema analisado na seção anterior, observa-se, nesta interação, uma assimetria pré-existente à abertura inicial do telefonema: a assimetria cliente/prestador de serviço. De acordo com a economia desta assimetria, o cliente tem o direito de solicitar informações ao prestador de serviços que, por sua vez, tem a obrigação de fornecê-las. O cliente pode, ainda, registrar reclamações que serão, idealmente, solucionadas pelo atendente. A assimetria cliente/prestador de serviço é, portanto, uma assimetria de poder. Ocorre que a atendente altera seu uso pronominal após fracassar em suas tentativas de controlar a cliente. É, portanto, um gesto de insubordinação. Dito de outra forma, trata-se de uma estratégia interacional de reconfiguração de identidades. É justamente esse movimento de reconfiguração de assimetrias que permite à atendente sair da posição de quem apenas ouve reclamações para ocupar a posição de reclamante ao repreender a atitude da cliente (linha 35, *fale direito comigo*).

Outro elemento crucial para a virada de mesa empreendida pela atendente é o componente fonético/fonológico de seu turno na linha 39. Nesta linha, a atendente produz *sim, meu amor* com pronúncia marcadamente paulista, tanto nos aspectos segmentais quanto suprasegmentais. Mas quais seriam as funções possíveis da alternância de códigos neste momento da conversa? Em trabalho anterior, apontei como a alternância de códigos em interações faceaface pode ser utilizada para criar e marcar diferenças sociais entre interlocutores, localizando-os em territórios sociais distintos e geralmente antagônicos (AVELAR, 2012). Parece ser essa a função do uso linguístico da atendente neste momento. Com efeito, a atendente parece aqui combinar duas funções discursivas em um único enunciado: trata-se, a um só tempo, de resistir à ordem social vigente (a assimetria cliente/prestador de

11 Como, por exemplo, espanhol (tú/usted), francês (tu/vous) e alemão (du/Sie).

serviço, inerente à interação) e também de estabelecer uma nova assimetria de poder, subordinando o subordinador. Digo isso porque, como estudos sobre atitudes linguísticas já comprovaram (AMÂNCIO, 2007; LEITE, 2004), as variedades paulistas são consideradas mais prestigiosas. Portanto, é possível afirmar que a atendente resiste à dominação simbólica por parte da cliente utilizando a mesma arma: dominação simbólica¹².

O momento final de insubordinação, ou seja, de desafio do direito à reclamação por parte da cliente, ocorre ao final da gravação (linhas 49 em diante). O riso da atendente logo após a cliente fornecer seu nome (linha 49) indica que a atendente considera o nome da cliente risível. Os benefícios e riscos do riso na interação social já foram apontados por Jefferson (1985). De acordo com a autora, quando o interlocutor que ri é acompanhado em sua atividade pelos outros participantes, fortalece-se o laço social. Por oposição, quando se ri sozinho, o tecido social é esgarçado, e cria-se distância entre os interlocutores. Na conversa que ora se estuda, a atendente ri sozinha, indicando que seu riso tem consequências negativas para uma interação já pouco cooperativa. Isso é confirmado pela cliente na linha 50, quando ela reclama do comportamento jocoso da atendente. O recurso linguístico empregado pela consumidora, uma expressão idiomática (*levando a pagode*), não é gratuito. Drew e Holt (1988) demonstraram que o uso de expressões idiomáticas em reclamações intensifica a força das mesmas porque apela ao conhecimento compartilhado pelos interlocutores. De acordo com os autores, a utilização de expressões idiomáticas não visa necessariamente ao fortalecimento de laços pessoais entre interlocutores, mas evoca uma identidade social maior, transcendente à situação específica de comunicação, de modo que os coparticipantes são levados a entender as razões da indignação de quem reclama. Esse esforço interacional extremo, empreendido pela cliente, não encontra retorno positivo da atendente, que, novamente, ri (linha 51). A consumidora, ainda mais indignada, usa um palavrão (linha 52) que é, uma vez mais, respondido com riso (linha 53). A cliente, então, eleva o volume de sua voz (linha 54) antes de ouvir risos novamente e desligar o telefone. Nesta interação, a exemplo do

12 O uso, pelo elemento oprimido, do mesmo recurso semiótico utilizado pelo opressor (dominação simbólica por meio de alternância de códigos) já havia sido observado em grupos étnicos bilíngues europeus (GAL, 1987).

observado na interação anterior, à ocorrência da assimetria inerente ao telefonema soma-se outra (diferença no domínio da norma culta, que indica assimetria de classe social), a qual surge durante a interação para desafiar a primeira assimetria citada.

Considerações Finais

O objetivo do presente estudo foi investigar como identidades são negociadas em interações sociais. Especificamente, objetivou-se compreender quais estratégias linguísticas foram empregadas na negociação de identidades em duas interações telefônicas específicas, ambas iniciadas por clientes que contataram prestadores de serviço.

Duas identidades, cliente e prestador de serviço, parecem preceder as chamadas telefônicas em si, o que é evidenciado pelas formas de autoapresentação dos atendentes e pelas demandas das clientes. Esta observação sugere que interações sociais particulares ocorrem dentro de um quadro social mais amplo que atribui diferentes identidades a diferentes indivíduos (GOFFMAN, 1995).

Ademais, a análise do *corpus* demonstrou que ambas as clientes orientaram-se no sentido de legitimar seu direito de contatar os prestadores de serviço. As clientes realizaram tal feito logo no início de sua fala ao trazer uma demanda (pedido ou reclamação) que era justificável, dada a assimetria identitária cliente vs. prestador de serviço. Tal necessidade de estabelecer o motivo do contato logo no início corrobora pesquisas anteriores (HERITAGE; ROBINSON, 2006) sobre interações de serviço. Contudo, diferentemente das interações estudadas por Heritage e Robinson, as duas interações abordadas aqui se caracterizam pela falta de empatia do prestador de serviço em relação às consumidoras.

Curl e Drew (2008) já haviam notado que, ao realizar um pedido, o interactante que pede deve levar em consideração tanto o seu direito (*entitlement*) de pedir quanto as contingências (*contingencies*) envolvidas na satisfação da solicitação. Nas interações estudadas neste artigo, os atendentes sistematicamente desafiaram o direito de solicitar e reclamar das clientes, e o fizeram de duas maneiras distintas. Por um lado, o desafio ocorreu pela manutenção da distinção cliente/prestador de serviço. Embora esta assimetria identitária tenha sido mantida, os

atendentes enfatizaram suas próprias contingências em detrimento das contingências das clientes de modo a não atender suas demandas. Por outro lado, o direito das clientes foi contestado por meio do apelo a identidades sociais transcendentais às interações particulares.

Ao trazer para a arena local identidades que estariam alheias a ela, os atendentes buscaram inverter as assimetrias de poder de modo a assumir a posição superior e reservar aos clientes a posição subordinada. Não houve, portanto, nem por parte dos atendentes, nem por parte das clientes, um questionamento da ordem social vigente que atribui poder simbólico distinto a diferentes locais discursivos (BOURDIEU, 1991; GAL 1999). O que houve, isso sim, foi a negociação local de identidades de modo a reorganizar assimetrias em vistas de uma economia identitária mais abrangente (BUCHOLTZ; HALL, 2005). Tal negociação possibilitou que as posicionalidades dos sujeitos envolvidos fossem invertidas por meio dos mesmos mecanismos semióticos que forjaram as assimetrias que os atendentes queriam evitar (URCIOLLI, 2011). Dentre as estratégias linguísticas utilizadas, esteve presente a alternância de códigos, utilizada pelos atendentes para explicitar seu suposto poder sobre as clientes (BAILEY, 2007; GAL, 1987).

Sobre as chamadas telefônicas analisadas, é possível afirmar que as dicotomias local/global, ou micro/macro, ocorrem de maneira dialética e que isso contribui para a construção de identidades nas interações particulares. Algumas identidades (cliente/prestador de serviço) parecem ter relevância em contextos específicos (telefonemas para o serviço de atendimento ao cliente, por exemplo) e são negociadas localmente pelos interactantes (BUCHOLTZ; HALL, 2005; LAND; KITZINGER, 2005). Contudo, outras identidades (geográficas e de classe social) parecem ter escopo mais amplo, de modo que os interactantes podem invocá-las em uma situação específica ainda que, ao menos a princípio, tais identidades não pareçam relevantes ali. Por exemplo, quão relevante é a procedência geográfica de uma cliente que pede informações sobre sua conta telefônica? Tais identidades mais amplas são relevantes em interações específicas na medida em que todas as interações linguísticas ocorrem dentro de um sistema semiótico que prevê diferentes poderes simbólicos a diferentes práticas (BOURDIEU 1977, 1991; GAL 1999). De acordo com essa mesma linha de raciocínio, identidades mais globais são utilizadas estrategicamente

em contextos locais (como interações telefônicas entre duas pessoas) não para questionar o sistema organizador da economia das interações verbais, mas justamente para, utilizando-se desse sistema, reorganizar a dinâmica local de poder. No caso específico das interações analisadas no presente estudo, mostrou-se que a alternância de códigos funciona como uma tecnologia capaz de materializar discursivamente as ideologias linguísticas dos interactantes e definir matrizes de inteligibilidade dentro das quais identidades sociais são negociadas.

Referências

AMÂNCIO, R. G. **As cidades trigêmeas**: um estudo sobre atitudes linguístico-sociais e identidade. 2007. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

ATENDENTE esculacha cliente (Rafael). Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=IXpBQcv6UjI&feature=fvwrel>>. Acesso em: 02 abr. 2012.

ATENDIMENTO Coelce - Telemarketing. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=p1aoJqoKMrE>>. Acesso em: 04 mar. 2012.

ATKINSON, J., & HERITAGE, J. (Eds.). **Structures of social action**: Studies in conversation analysis. Cambridge & New York: Cambridge University Press, 1984.

AVELAR, Marcus Vinicius. **Code-switching, speech alignment, and language ideologies in the Brazilian media**. LL Journal, New York, v. 7, n. 2, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://ojs.gc.cuny.edu/index.php/lljournal/article/view/1240/1394>>. Acesso em: 27 mar. 2014.

BAGNO, M. **Preconceito linguístico**: o que é, como se faz. São Paulo: Loyola, 1999.

BAILEY, B. The language of multiple identities among Dominican Americans. In S. F. KIESLING; PAULSTON, C. B. (Eds.), **Intercultural discourse and communication**. 2 ed. Malden, MA: Blackwell Publishing Ltd, 2006. p. 255-276.

_____. Communication of respect in interethnic service encounters. In DURANTI, A. (Ed.), **Linguistic anthropology, a reader**. 2 ed. Malden, MA: Blackwell Publishing Ltd, 2007. p. 119-146.

BÁRBARA, V. (2006, Outubro). *Bom-dia, meu nome é Sheila. Como trabalhar em telemarketing e ganhar um vale-coxinha*. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-1/mundo-do-trabalho/bom-dia-meu-nome-e-sheila>>. Acesso em: 14 abr. 2012.

BOURDIEU, P. **The economics of linguistic exchange**. Social Science Information, 16(6), 645-668, 1977.

_____. **Language and symbolic power**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991.

BROWN, R.; GILMAN, A. The pronouns of power and solidarity. In GIGLIOLI, P. **Language and social context: selected readings**. New York: Penguin, 1972. p. 252-282.

BUCHOLTZ, M.; HALL, K. **Identity and interaction: a sociocultural linguistic approach**. Discourse studies, v. 7, n.4-5, p. 585-614, 2005.

CAMERON, D.; KULICK, D. (Eds.). **Language and sexuality reader**. London: Routledge, 2006.

CURL, T.; DREW, P. **Contingency and action**. A comparison of two forms of requesting. Research on Language and Social Interaction, v. 41. p. 129-153, 2008.

DREW, P.; HOLT, E. **Complainable matters: The use of idiomatic expressions in making complaints**. Social Problems, v. 35. p. 398-418, 1988.

FARACO, C. A. **Norma culta brasileira: desatando alguns nós**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

GAL, S. **Codeswitching and consciousness in the European periphery**. American Ethnologist. v. 14, n.4, p. 637-53, 1987.

_____. **Language and political economy**. Annual Review of Anthropology, v. 18. p. 345-367, 1999.

GOFFMAN, E. On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction. In BLOUNT, B. G. (Ed.), **Language, culture and society**. 2 ed. Long Grove, IL: Waveland Press, Inc, 1995. p. 222-247.

HAVE, P. ten (s/d). **Methodological issues in conversation analysis**. Disponível em <www.paultenhave.nl/mica.htm>. Acesso em: 12 set. 2012.

HERITAGE, J.; ROBINSON, J. Accounting for the visit: giving reasons for seeking medical care. In HERITAGE, J.; MAYNARD, D. (Eds.). **Communication in medical care: Interactions between primary care physicians and patients**. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. p. 48-85

INSTITUTO ISAAC MARTINS. (s/d). Disponível em: <<http://www.slideshare.net/isaacmartins/treinamento-bsico-de-servio-de-atendimento-ao-cliente-sac>>. Acesso em: 1º mai. 2012.

IRVINE, J. "Style" as distinctiveness: The culture and ideology of linguistic differentiation. In ECKERT, P.; RICKFORD, J. (Eds.). **Style and sociolinguistic variation**. New York: Cambridge University Press, 2001. p. 21-43.

JEFFERSON, G. **An exercise in the transcription and analysis of laughter**. In VAN DIJK, T. (Ed.). Handbook of Discourse Analysis (Vol. 3: Discourse and Dialogue). London: Academic Press, 1985. p. 25-34.

KITZINGER, C. **Speaking as a heterosexual**: (how) does sexuality matter for talk-in-interaction? *Research on language and social interaction*, v. 38, n. 3, p. 221-265, 2005a.

_____. **Heteronormativity in action**: reproducing the heterosexual nuclear family in after-hours medical calls. *Social Problems*, v. 52, n. 4, p. 477-498, 2005b.

KITZINGER, C.; MANDELBAUM, J. **Word selection and social identities in talk**. Mimeo.

KROSKRITY, P. V. Regimenting languages: language ideological perspectives. In _____. **Regimes of Language**: Ideologies, Politics, and Identities. Santa Fe, NM: School of American Research Press, 2000. p. 1-34.

LAND, V.; KITZINGER, C. **Speaking as a lesbian. Correcting the heterosexist assumption**. *Research on language and social interaction*, v. 38, n. 4, p. 371-416, 2005.

LEITE, C. M. **Atitudes linguísticas**: a variante retroflexa em foco. 2004. Dissertação (Mestrado em Linguística). Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, 2004.

LERNER, G. H. **Finding "face" in the preference structures of talk-in-interaction**. *Social Psychology Quarterly*, v. 59. p. 303-321, 1996.

MILROY, J.; MILROY, L. *Authority in language*. 3 ed. London/New York: Routledge, 1999.

PERES, D. **O papel da prosódia na percepção das variedades regionais do português brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Filologia e Língua Portuguesa). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

QUERIA um SCRIPT de telemarketing receptivo....? Disponível em <<http://br.answers.yahoo.com/question/index?qid=20071130025002AAzxo2j>>. Acesso em: 1º mai. 2012.

ROSÁRIO, A. **O tratamento das reclamações e a recuperação de clientes**. Um estudo longitudinal no call center do Millenium BCP. 2009. Dissertação (Mestrado em Marketing) – Faculdade de Economia, Universidade do Porto, Porto, 2009.

SCHEGLOFF, E. A. **Categories in action**: person-reference and membership categorization. *Discourse Studies*, v. 9, n. 4, p. 433-461, 2007.

SCRIPT de Atendimento Receptivo. (s/d). <http://admin.netsite.com.br/portalatendimento/33156012/atendimento/script_atendimento/atdo_receptivo.htm>. Acesso em: 04 mai. 2012.

TELEMARKETING receptivo. (s/d). Disponível em <[operadortelemarketing.com: http://www.operadortelemarketing.com.br/telemarketing-receptivo](http://www.operadortelemarketing.com.br/telemarketing-receptivo)>. Acesso em: 02 mai. 2012.

URCIOLLI, B. **Discussion Essay**: Semiotic properties of racializing discourses. *Journal of Linguistic Anthropology*, 21. p. E113-E122, 2011.

WHITEHEAD, K. A.; LERNER, G. **When are persons 'white'?**: on some practical asymmetries of racial reference in talk-in-interaction. *Discourse and Society*, v. 20. p. 613-641, 2009.

Recebido em 31 de dezembro de 2013.

Aceito em 25 de março de 2014.