

ASPECTOS ERGONÔMICOS E PERCEPÇÃO DE TRABALHADORES DE TELEMARKETING COM RELAÇÃO AOS MODELOS *HOME OFFICE* E PRESENCIAL DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Bismarck Antonio de Freitas Barbosa¹; Fabrícia Nascimento de Oliveira²

RESUMO: Com a crise pandêmica declarada no início de 2020 ocasionada pelo vírus SARS-CoV-2, empresas de todos os ramos precisaram tomar medidas preventivas como meio de minimizar o contágio sem reduzir as suas receitas, foi assim com as empresas de *telemarketing* onde tiveram que ser ágeis na inclusão de seus empregados no *home office* em decorrência destes trabalharem em um conglomerado de pontos de atendimento. Assim, essa modalidade de trabalho realizada de forma remota pode ter resultado em agravamento dos riscos ergonômicos aos quais os *call centers* já enfrentavam habitualmente no trabalho presencial. Dessa forma, esse estudo visou identificar possíveis problemas ergonômicos em decorrência da celeridade da inclusão dos agentes de *telemarketing* na modalidade *home office* comparando-o ao trabalho presencial, a percepção dos entrevistados quanto aos agravamentos de doenças ocupacionais ocasionados pela celeridade da implantação do regime de trabalho *home office*, e ainda se houve descontinuidade na aplicação da NR-17. O estudo se deu por meio de pesquisa via *google forms* com foco a entrevistar trabalhadores que desempenham suas atividades presencialmente e remotamente em uma empresa de *telemarketing*, comparando essas modalidades para o entendimento dos resultados. Apesar de se esperar que o *home office* fosse prejudicial a ergonomia e segurança do trabalhador, os resultados demonstram que houve um equilíbrio entre as modalidades na pesquisa realizada com 244 trabalhadores da empresa, de modo que não se pôde afirmar qual a modalidade de trabalho ideal do ponto de vista da segurança e saúde ocupacional para o grupo pesquisado e que o *home office* não reduz e não aumenta o bem estar dos trabalhadores, entretanto, vários aspectos precisam ser vistoriados nesse ambiente para que a longo prazo não sejam desenvolvidas doenças ocupacionais.

Palavras-chave: Ergonomia; Trabalho remoto; *Call centers*.

1. INTRODUÇÃO

Com o agravamento da pandemia da covid-19 em março de 2020 no Brasil, muitos ramos empresariais se viram obrigados a acelerar o processo de implantação de *home office* em suas operações e assim continuar prestando seus serviços, com o intuito de gerar menos impactos econômicos ao negócio. Foi assim com as empresas de *telemarketing* já que a vacina ainda não existia e o distanciamento social era uma das principais medidas sanitárias mínimas designadas naquela ocasião.

As empresas de teleatendimento, por trabalharem em sua maioria em um conglomerado de “PA’s” (pontos de atendimentos) próximos uns dos outros, se viram obrigadas a respeitar normas sanitárias básicas de restrição de contato como uma das medidas preventivas do contágio ao vírus. Para se ter uma ideia, apenas em Mossoró-RN, em fevereiro de 2020 tinham-se cerca de dois mil profissionais trabalhando presencialmente na empresa, um ano e meio depois, em julho de 2021 já se tinham mais de dois mil e cem profissionais alocados no trabalho em *home office*, representando 66% de todo o efetivo da empresa na cidade.

Desta forma, o *home office* inibiu algumas práticas de segurança do trabalho utilizadas diariamente nos setores de trabalho dos teleatendentes, como rondas operacionais pelos técnicos de segurança com o intuito de promover o cumprimento da norma regulamentadora de número 17 (NR-17), inspeção de assentos adequados para longos períodos, regulagem da altura dos pontos de atendimento, orientação para mudar o *headset* de ouvido, aumento do período de aplicação da reciclagem (treinamento) do curso obrigatório da NR-17 nos trabalhadores, dentre outros. Assim, esse estudo busca esclarecer alguns impactos ergonômicos causados neste período de pandemia, com uma análise comparativa entre profissionais que trabalham em *home office* e funcionários que estão trabalhando presencialmente e ainda a percepção daqueles quanto aos agravamentos de doenças ocupacionais ocasionados pela celeridade da implantação do regime de trabalho *home office*.

A modalidade de trabalho à distância não surgiu nesse contexto de pandemia, pois após a revolução cibernética em 1940 esse modelo de relacionamento entre empregador-empregado iniciou-se, sendo a tecnologia um fator indeclinável para a sua aplicação, no entanto, sendo indispensável o estudo da ergonomia neste ambiente tendo em vista fatores físicos, cognitivos e organizacionais (OLIVEIRA, 1996).

Com a celeridade do trabalho *home office* como meio de muitas empresas sobreviverem economicamente a pandemia, alguns aspectos, entre eles a ergonomia, foram de certa forma deixados de lado, como questões de postura de trabalho, utilização de *headsets* ideais para o teleatendimento em casa e questões psicossociais. Assim estudos

voltados para esse ramo tornaram-se bastante importantes para trazer respostas sobre fatores impactantes positivamente e negativamente neste processo de inclusão de agentes de teleatendimento ao *home office*.

Mesmo estando em trabalho remoto, as empresas precisam observar as exigências da NR-17 quanto ao mobiliário do posto de trabalho, tais como: *mouse*, teclado, monitor, regulagem com distâncias exigidas entre estes, equipamentos como *headsets* e monitores, sua vida útil, tempo de troca e regulagem (BRASIL, 2018).

Dessa forma, esse estudo visou identificar possíveis problemas ergonômicos da inclusão de agentes de uma empresa de *telemarketing* no âmbito do *home office* comparando-o ao trabalho presencial, como também observar se as exigências da NR-17 foram descontinuadas em algumas frentes de trabalho durante esse período, e caso positivo, quais impactos foram gerados, utilizando para isso a percepção dos trabalhadores que fazem parte do regime *home office* contrastado aos agentes que trabalham na sede da empresa, em regime de trabalho presencial.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1.1. *Home office*

Em 11 de março de 2020 a OMS (Organização mundial de saúde) declara a Covid-19 uma pandemia, e por isso o *home office* se tornou tendência mundial para que fosse possível reduzir os impactos em primeiro lugar do contágio do vírus e em segundo lugar das questões financeiras, contudo a ideia não é nova, pois burgos da Idade Média tinham a loja ou oficina anexas as suas casas que funcionou muito bem até o século XIX, quando a Revolução Industrial levou os trabalhadores para as fábricas (CARVALHO, 2020).

O *home office*, trabalho remoto, trabalho a distância ou teletrabalho, ganhou exponencialmente mais adeptos nas últimas três décadas, e com a pandemia da covid-19 muitas empresas tiveram que aderir a esse modelo. Nessa modalidade de trabalho, o trabalhador pode realizar suas tarefas em casa, mas para isso precisa dispor de algumas ferramentas extremamente necessárias para a produtividade, sendo elas, computador/notebook/laptop, telefone e conexão à internet, essenciais para a execução do trabalho.

Nos Estados Unidos em 1857 o modelo de trabalho *home office* começou a engatinhar com tarefas realizadas por meio de telégrafos, onde o operador não tinha a necessidade de estar presente no local de trabalho para executar as demandas e sim construir meios para compartilhar as mensagens. Já o termo teletrabalho começou a ganhar força em 1970, por conta da crise do petróleo, os gestores viram que os custos de deslocamento eram prejudiciais às finanças das empresas, como solução mais econômica os trabalhadores ficavam em suas casas e dali desempenhavam as suas funções.

Em levantamento feito pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública Estatística), 63% dos moradores da maior cidade do Brasil, São Paulo/SP, gastam até 3 horas nos deslocamentos até o trabalho, escola e universidade, sendo o trabalho remoto, um benefício na redução de poluentes e na gestão de tempo das pessoas (IBOPE, 2008). Tem-se alguns relatos que o *homo Ergaster* que viveu no sudeste da África há 1,4 milhões de anos, organizou suas jornadas e ferramentas para caçar perto dos seus territórios (CARVALHO, 2020).

Vastos são os benefícios do *home office*, alguns destes são: maior economia para a empresa, aumento da qualidade do trabalho ao incentivar a qualidade de vida do trabalhador, maior produtividade dos funcionários ao economizar o tempo gasto com o deslocamento, crescimento tangível na produtividade e influência positiva no impacto ambiental. Entretanto, nesse contexto surgem algumas dificuldades para os trabalhadores como separar as demandas ocasionadas pelo trabalho remoto e a rotina familiar, como também o esforço para se ter *cibersegurança*, VPN's (*Virtual Private Network*) e serviços de nuvens para garantir a segurança da informação. No desenvolvimento econômico, muitos fatores podem ser pontuados, desde a economia da empresa com vale transporte, infraestrutura interna, economia de energia, extinção de acidentes de percurso, e entre vários outros benefícios que promovem o bem financeiro e a prosperidade da empresa nessa modalidade de trabalho. Além desses benefícios citados, as empresas que não adotaram a regra *home office* nesse contexto de pandemia, tiveram sérios problemas financeiros e com a vigilância sanitária, como por exemplo uma empresa em Anápolis/GO que foi interditada pela vigilância sanitária após 8 funcionários testarem positivo para o coronavírus, e sendo necessário o afastamento de 161 trabalhadores (G1, 2020).

Pesquisas mostram que embora em primeira vista o trabalho em casa seja vantajoso, foi observado por Castañon et al. (2016) que os problemas encontrados no trabalho presencial são substituídos no *home office*, ao passo que a modalidade pode proporcionar mais proximidade com a família, menor estresse no trânsito e entre outros. Por outro lado, o indivíduo pode sofrer com a dificuldade em separar vida profissional de vida pessoal, isolamento em decorrência de ambiente não adequado e problemas no corpo relacionados à saúde ocupacional e ergonomia.

A modalidade de trabalho *home office* pode ser aplicada em vários segmentos do mercado de trabalho, em especial na oferta de serviços e em cargos gerenciais, sendo o atendente de *telemarketing* um exemplo de profissional que se encaixa perfeitamente nesse modelo, por oferecer serviço e se comunicar via telefone com o cliente, não necessitando está de forma presencial na empresa.

2.1.2. Atendente de *telemarketing*

No final do século XIX, o dinamarquês e matemático Agner Krarup Erlang, estudou sobre o universo da telefonia, mais tarde ele criou um estudo que chamou de “A fórmula de Erlang”, que fazia um cruzamento sobre programação e telefonia. Apesar de Erlang não ter sido o autor do *call center*, sua fórmula contribuiu significativamente para este meio, inclusive o FAX (*Facsimile*) surgiu a partir de suas pesquisas. No século XX, foi o marco para a criação dos *call centers*, cujas primeiras experiências com centrais telefônicas foram na Inglaterra por volta de 1960 (TOP USE, 2014).

A partir dos anos 80, em decorrência do avanço tecnológico e devido à crise do petróleo que afetou fortemente a economia, inibiu que vendedores fossem até as residências dos clientes surgindo a necessidade de um novo profissional no mercado, o *telemarketing* ou tele atendente. No Brasil, em 1990 Fernando Collor sancionou o código de defesa do consumidor, onde as empresas foram regradas a melhorar continuamente a relação cliente-empresa, surgindo os SAC's (serviço de atendimento ao cliente). Já nos anos 2000 tudo mudou com o avanço da *internet* e as empresas passaram a investir mais nas centrais telefônicas, tanto a nível de estrutura técnica quanto no treinamento de trabalhadores, certamente, os *softwares* ajudaram a medir o desempenho dos agentes e isto possibilitou o aumento da produtividade no setor de *call center* (MARINHO, [?]).

Para se montar e estruturar uma central telefônica, são imprescindíveis alguns recursos como computadores, *internet*, *softwares*, PABX (*Private Automatic Branch Exchange*) e uma linha telefônica com seus ramais. Hoje é possível fazer uma central inteira efetuar e receber chamadas por meio da *internet*, tornando o processo ainda mais eficiente e dinâmico (FALE MAIS, 2010).

O *call center* ou *contact center* é o âmbito da empresa responsável pelo atendimento ao consumidor, no qual os atendentes promovem um canal direto no relacionamento cliente-empresa. Serviços como, suporte técnico, financeiro, venda, ouvidoria, pesquisa de satisfação, orientação aos consumidores são algumas das abordagens feitas até possíveis problemas que os clientes venham a enfrentar. Por isso, prestar um atendimento de qualidade, manter uma boa visão aos consumidores, são práticas habitualmente cobradas para aqueles que trabalham em empresas de *telemarketing* (FALE MAIS, 2010).

A CDH (Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa) tentou regulamentar a profissão no Brasil com um projeto de lei onde definiu regras para adequação de jornada, pausas, salário, etc. Apesar da comissão de trabalho aprovar a regulamentação do exercício da profissão do atendente de *telemarketing* em 04 de outubro de 2017, após a aprovação, a proposta foi encaminhada à CCJ (Comissão de constituição e justiça e de cidadania) e caso não houvesse recursos, seria encaminhada para a sanção presidencial, entretanto, não constam registros da regulamentação da profissão até então (Portal da câmara dos deputados, 2017).

Muitas questões precisam ser observadas na rotina de trabalho de um operador de *telemarketing*, dentre elas, a segurança de trabalho precisa ser atendida, assim como as questões ergonômicas, pois a função exige que o operador esteja um longo período sentado, com fones de ouvidos e usando a voz durante toda jornada de trabalho.

2.1.3. Aspectos ergonômicos da profissão

A ergonomia é uma ciência que estuda a interação do trabalho com o homem, o trabalho por sua vez, sendo observado sob várias óticas. Iida (2005) destaca que os estudos iniciais envolvendo a ergonomia se restringiam as indústrias e aplicavam-se ao binômio homem-máquina, porém hoje está mais abrangente aplicando-se a diferentes ambientes de trabalho e envolvendo o homem-sistema.

Iida (2005) ainda destaca o conceito de ergonomia conforme a ABERGO (Associação Brasileira de Ergonomia) como o estudo das interações humanas com a tecnologia, a organização e o ambiente, objetivando intervenções e projetos que visam melhorar, de forma integrada e não dissociada, a segurança, o conforto, o bem-estar e a eficácia das atividades.

O atendente de *telemarketing* que desenvolve suas atividades em *home office* ou presencial está sujeito a uma série de riscos ergonômicos. Conhecer estes riscos torna mais prática a adoção medidas que poderão melhorar o controle da saúde ocupacional, o bem-estar físico e emocional dos trabalhadores e prevenir possíveis doenças profissionais.

O atendente de *telemarketing* está sujeito a vários problemas ergonômicos, pode-se destacar LER/DORT (Lesão por esforço repetitivo/Distúrbios osteomusculares relacionados ao trabalho), alterações posturais, PAIR (Perda auditiva induzida pelo ruído), exposição a estresses diários no relacionamento com o cliente, podendo desencadear em vários problemas de saúde como depressão, ansiedade, pânico e demais doenças psicológicas. Estes riscos podem mais tarde se tornar em grandes problemas de saúde para os trabalhadores que não seguem as orientações de segurança do trabalho e/ou pelo fato da empresa não oferecer corretamente equipamentos ergonômicos de trabalho.

A LER/DORT, são causadas por esforços repetitivos, mas além disso, pode ser originada por cobranças excessivas, arranjo físico não apropriado e pausas periódicas não tiradas corretamente. Apenas em 2019 cerca de 39 mil trabalhadores (dados da secretaria especial de previdência e trabalho) foram afastados do trabalho por contrair DORT. Por isso, para prevenir sobrecargas no sistema osteomuscular, são previstas na lei duas pausas de descanso fora do posto de trabalho (BRASIL, 2018).

Os trabalhadores de empresas de *telemarketing* estão submetidos a uma jornada de 6 horas e 20 minutos de trabalho contínuas, com direito a duas pausas de descanso de 10 minutos e uma pausa lanche de 20 minutos, sendo a primeira pausa depois da primeira hora de trabalho e a última antes dos 60 minutos antes do término da jornada de trabalho (BRASIL, 2018). Logo, por estarem um longo período sentados, utilizando *mouses* e teclados, os cuidados preventivos precisam ser observados sem falta.

As alterações posturais como problemas de lombalgia e desvios posturais é outro fator ergonômico no ambiente de *telemarketing* que não podem ser ignorados, tais problemas geram desvios na coluna, por permanecer o trabalhador na condição de longos períodos sentados. Os assentos e cadeiras precisam ser ergonômicos a ponto de prevenir ao máximo problemas posturais e o posto de trabalho possuir apoios de pé, ajustes da cadeira e de PA.

A PAIR geralmente é causada por ruídos nos *headsets* acima dos níveis permitidos por legislação, estes equipamentos se forem de má qualidade ou até mesmo se forem compartilhados com outros trabalhadores podem causar doenças auriculares e até perdas auditivas (INSTITUTO SC, 2020).

Em pesquisa desenvolvida por Elgaly e Meija ([?]), foi constatado que o trabalho desempenhado pelo atendente de *telemarketing* apresenta diversos fatores de risco e como causas foram considerados os seguintes aspectos: crises nervosas, alterações de humor, insônia, angústia, falta de apetite, dificuldades no trabalho intelectual, isolamento, com interferência nas relações sociais, sintomas de LER/DORT e outras doenças ocupacionais.

A PAIR, DORT e as alterações posturais são os principais deflagradores de doenças ocupacionais na profissão dos tele atendentes, logo existindo meios que previnam essas doenças, vão melhorar a qualidade ocupacional na rotina dos operadores de *telemarketing* podem minimizar os custos da empresa, tendo em vista que afastamentos, absenteísmos, aposentadorias, indenizações e multas são prejuízos nas contas de qualquer organização. Fatores ainda como iluminação adequada, ar-condicionado em temperatura agradável, manutenção periódica das centrais de ar-condicionado, móveis ergonômicos e pausas regulares, também são pontos que precisam ser oferecidos nas empresas e no ambiente de trabalho, inclusive são itens obrigatórios exigidos na NR-17 (BRASIL, 2018).

2.1.4. Aplicação da NR-17 no *telemarketing*

A NR-17 foi criada em 1978 pela portaria de nº 3.214 que foi responsável pela aprovação das Normas Regulamentadoras da CLT (Consolidação das Leis de Trabalho) relativas à segurança e medicina do trabalho. Essa norma já foi atualizada cinco vezes e a última alteração ocorreu pela portaria MTP nº 423, de 07 de outubro de 2021 que traz o anexo II, sobre o trabalho em teleatendimento/telemarketing.

Essa norma regra condições mínimas para trabalhos de *telemarketing*, que são dispostas no anexo II da norma, tais como: mobiliário do posto de trabalho, equipamentos dos postos de trabalho, condições ambientais de trabalho, organização do trabalho, capacitação dos trabalhadores, condições sanitárias de conforto, programas de saúde ocupacional e de prevenção de riscos ambientais e pessoas com deficiência (BRASIL, 2018).

O item referente ao mobiliário do posto de trabalho traz exigências quanto ao *mouse*, teclado, monitor e regulação com distâncias exigidas entre estes. Já os equipamentos dos postos de trabalho devem estar em condições úteis de uso, tais como *headsets* e monitores, e as empresas devem observar a vida útil, tempo de troca e regulação dos equipamentos (BRASIL, 2018).

As condições ambientais de trabalho regem questões relacionadas ao ambiente de trabalho, como acústica, pisos e paredes adequados para tal, divisórias entre PA's. Retrata ainda a NBR 10152, norma brasileira registrada no INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia), onde define que o ruído máximo aceitável para efeito de conforto de até 65 dB(A) e a curva de avaliação de ruído (NC) de valor não superior a 60 dB, temperatura do ambiente de trabalho entre 20 e 23 °C, velocidade do ar 0,75 m/s e umidade relativa não inferior a 40% (BRASIL, 2018).

Quanto a organização do trabalho, a norma determina sobre escalas de trabalho, período de jornadas, pausas de descansos, e demais situações de gestão de pessoas, níveis hierárquicos, comunicação visual e sonora, cobrança de indicadores, etc. Já o item sobre capacitação dos trabalhadores, são levantadas questões sobre treinamentos e reciclagens periódicas, saúde e meios de prevenção de doenças ocupacionais. As condições sanitárias de conforto também são tratadas na NR-17, que estabelecem questões relacionadas a conforto e condições sanitárias no ambiente de trabalho, disponibilidade de água potável para os trabalhadores e ambientes casuais para recuperação durante as pausas de descansos (BRASIL, 2018).

Já com relação aos programas de saúde ocupacional e de prevenção de riscos ambientais, a norma cita que deve ser realizada a identificação de riscos da análise ergonômica, questões de saúde vocal, e demais análises ergonômicas. Por fim, o item relacionado a pessoas com deficiência retrata de mobiliário específico para esse tipo de trabalhador, adaptações as suas necessidades e repercussão sobre sua saúde (BRASIL, 2018).

2.2. METODOLOGIA

A presente pesquisa foi realizada em uma empresa de *call center* localizada no estado do Rio Grande do Norte que tem em média três mil funcionários ativos na cidade onde ocorreu a coleta de dados, sendo cerca de mil e novecentos em *home office* e cerca de mil e cem no trabalho presencial. Participaram desse estudo 244 agentes de

telemarketing que estavam em regime *home office* e agentes que trabalham na sede da empresa, em regime de trabalho presencial.

O propósito da pesquisa é classificado de cunho exploratório e descritivo, pois tratou-se de levantamento de dados para se obter resposta acerca da implantação acelerada do *home office* em operadores de *telemarketing* devido ao tempo pandêmico e trazer uma relação com a modalidade presencial em termos de segurança do trabalho e saúde ocupacional.

A natureza desse estudo é aplicada, uma vez que são observados os objetivos como geração de conhecimento para aplicação prática e imediata apontadas aos interesses locais. Quanto a abordagem do problema, a pesquisa tanto é quantitativa como qualitativa, uma vez que descreve insumos quantitativos das respostas, bem como a qualidade da natureza do estudo. Já em relação os procedimentos técnicos, a classificação da pesquisa se dá por estudo de caso em que pretendia obter informações sobre um determinado grupo de pessoas onde se necessitava entender os aspectos ergonômicos dos tele atendentes que estão em regime de trabalho *home office* e presencial durante a pandemia da covid-19.

Para a coleta das informações dos participantes da pesquisa, foi decidido a utilização de formulário *online*, através da ferramenta *google forms*. Utilizou-se essa ferramenta pela facilidade de utilização do público em responder essa pesquisa através dessa plataforma já que durante o período de pandemia não poderia ser aplicado o questionário de forma presencial. A divulgação do formulário se deu pelo *e-mail* corporativo e transmissões via *WhatsApp*.

O tempo de coleta de dados se deu durante dezessete dias, entre o período de 06 a 22 de setembro de 2021. A pesquisa obteve ao término um total de 244 participantes. Antes do início das perguntas do questionário foi disposta a temática e o objetivo do estudo, além de validação de consentimento dos participantes da pesquisa e o comprometimento com a veracidade das informações ali prestadas.

O questionário foi constituído de três blocos e um total de vinte e duas perguntas. O primeiro bloco contou com perguntas de dados pessoais, o qual foram dispostos seis questionamentos sobre o participante como: sexo, idade, grau de escolaridade, tempo de empresa, função e setor de trabalho. Essas perguntas tinham por objetivo conhecer o público participante de modo a tornar os dados plausíveis e seccionados, caso houvesse algum tipo de agravamento do problema de estudo por um dos questionamentos.

No segundo bloco, os questionamentos se deram sobre a modalidade de trabalho e a norma NR-17, onde foram feitos sete questionamentos visando coletar dados sobre a modalidade de trabalho (*home office* ou presencial), o motivo que se destinou a modalidade, e entendimento do entrevistado sobre a norma.

Por fim, no último bloco foram dispostos questionamentos sobre fatores ergonômicos influenciados de acordo com a modalidade de trabalho, coletando dados sobre a visão do entrevistado de fatores ergonômicos, saúde ocupacional, dentre outros parâmetros relacionados a ergonomia nos ambientes *home office* ou presencial do tele atendente. Foram feitos nesse bloco nove questionamentos com foco a coleta de informações de cunho relacionado a saúde ocupacional e visão do entrevistado sobre impactos sofridos no trabalho, e possíveis causas destes.

O questionário contou com um total de vinte e duas questões fechadas e muitos funcionários da empresa poderiam participar da pesquisa durante o período que o questionário ficou aberto para a coleta das respostas. Após a coleta dos dados eles foram tabulados e os dados quantitativos foram representados em gráficos e tabelas.

2.3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

2.3.1 Empresa objeto desse estudo

A empresa objeto desse estudo oferece o serviço de *telemarketing* desde o ano de 1992 quando foi fundada. Na cidade onde ocorreu a coleta de dados possui filial a oito anos, atualmente tendo um efetivo total de 3228 funcionários, sendo 2919 ativos, 130 afastados pela previdência social, 122 de férias, 28 de licença maternidade, 19 em treinamento, 6 aposentados por invalidez, 3 membros sindicais e 1 prestando serviço militar. Dos funcionários ativos, atualmente 1869 estão na modalidade *home office* e 1050 na modalidade presencial.

Poderia participar do estudo todos os funcionários que estão ativos na empresa, que presta serviço terceirizado a outras empresas. Na unidade onde ocorreu a coleta, a empresa terceiriza um produto de telecomunicações de uma das maiores empresas do ramo na América Latina, e neste ano agregou a unidade a terceirização de atendimento de uma empresa que faz geração e distribuição de energia para a maior parte do Brasil. Dentre os principais serviços prestados estão o atendimento receptivo ao cliente, atendimentos especializados, suporte técnico, financeiro, venda, onde estão na frente do SAC da empresa contratante, e os trabalhadores são separados por setores de atendimento.

A unidade é comportada por várias áreas e o setor de operação é a que tem o maior número de funcionários sendo 2727 operadores de *telemarketing* e a quem se destinou prioritariamente essa pesquisa. As áreas de apoio como recursos humanos, qualidade, planejamento, segurança corporativa, treinamento, segurança e medicina do trabalho, SESMT (Serviço especializado em engenharia de segurança e medicina do trabalho) e outras, objetivam-se em oferecer conforto, dar força e suporte a operação, além do controle administrativo desta, ramos primordiais na saúde financeira da empresa.

2.3.2. Caracterização da amostra

Conforme disposto na metodologia, o questionário foi seccionado em três blocos de perguntas, no qual o primeiro bloco coletou dados sobre a caracterizar da amostra, com questionamentos sobre sexo, idade, grau de escolaridade, tempo de empresa, função e setor de trabalho. Na Tabela 1 estão os dados que caracterizam os participantes da pesquisa.

Tabela 1. Sexo dos participantes dessa pesquisa.

Sexo	Contagem	Porcentagem
Feminino	157	64,40%
Masculino	86	35,20%
Prefiro não responder	1	0,40%

Fonte: Autoria própria (2021).

De acordo com a Tabela 1, os participantes da pesquisa têm maioria do sexo feminino, sendo 64,4%, os homens têm percentual bem menor com 35,2% e 1 pessoa representando 0,4% preferiu não responder sobre o sexo. Já de acordo com a Tabela 2, o público maior da pesquisa se deu para as pessoas com idade até 31 anos, sendo no total 87,29% dos participantes com idade até 31 anos, representando assim a importância da empresa na cidade, em oferecer oportunidades, em especial aos jovens que normalmente não têm experiência no mercado de trabalho.

Tabela 2. Idade dos participantes dessa pesquisa.

Idade	Contagem	Porcentagem
18 a 22 anos	89	36,47%
23 a 26 anos	74	30,33%
27 a 31 anos	50	20,49%
32 a 36 anos	14	5,74%
37 a 41 anos	7	2,87%
Acima de 41 anos	10	4,10%

Fonte: Autoria própria (2021).

Na Tabela 3, pode-se perceber a importância da empresa na cidade que contrata profissionais sem exigir requisitos de ensino superior completo para aqueles que estão na função de atendentes de *telemarketing*, sendo estes apenas 15,60% de acordo com a amostra entrevistada. Já aqueles que possuem apenas o ensino médio completo tem-se maioria com 40,10% e ensino superior incompleto 36,10%.

Tabela 3. Grau de escolaridade dos participantes dessa pesquisa.

Grau de escolaridade	Contagem	Porcentagem
Ensino médio completo	98	40,10%
Ensino superior incompleto	88	36,10%
Ensino superior completo	38	15,60%
Ensino técnico	20	8,20%

Fonte: Autoria própria (2021).

Na Tabela 4 percebe-se que além de oferecer oportunidade aos jovens e não exigir que estes tenham grau de escolaridade elevado, a empresa desse estudo ainda oferece razoável estabilidade para seus funcionários, uma vez que 38,5% dos entrevistados têm 3 ou mais anos de empresa, representando uma quantidade significativa de pessoas com um tempo bom de trabalho na empresa.

Tabela 4. Tempo de empresa dos participantes dessa pesquisa.

Tempo de empresa	Contagem	Porcentagem
3 anos ou mais	94	38,50%
1 a 3 anos	52	21,30%
6 meses a 1 ano	30	12,30%
0 a 6 meses	68	27,90%

Fonte: Autoria própria (2021).

Na Tabela 5 são apresentadas as funções dos entrevistados, com foco nos operadores de *telemarketing* que são a maior parte do efetivo da empresa. Nesse estudo foram coletadas 226 respostas de trabalhadores na função de operadores de *telemarketing* representando 92,60% dos participantes; supervisores de operação que fazem a gestão dos

operadores também tem amostra interessante na pesquisa com um total de 7%, é factível para o estudo pois a função está diretamente ligada aos operadores no dia a dia da empresa; e um trabalhador da equipe de treinamento representou as áreas de apoio no estudo. A área de apoio da empresa desse estudo é composta pelo Rh, treinamento, planejamento, entre outras.

Tabela 5. Função dos participantes dessa pesquisa.

Função	Contagem	Porcentagem
Operador de <i>telemarketing</i>	226	92,60%
Supervisor de operações	17	7,00%
Áreas de apoio	1	0,40%

Fonte: Autoria própria (2021).

Por fim, o primeiro bloco de questionamentos é encerrado com a pergunta referente ao setor de trabalho que o entrevistado está alocado na empresa, pode-se ver que 56,10% dos participantes fazem parte do setor de mudança de endereço no atendimento receptivo ao cliente ou *backoffices*, sendo responsáveis por tratar toda e qualquer solicitação de mudança de endereço (Tabela 6). Os *backoffices* fazem tratativas *offlines* sem obrigatoriamente ter contato direto com o cliente.

Tabela 6. Setor de trabalho dos participantes dessa pesquisa.

Setor	Contagem	Porcentagem
Mudança de endereço ou BKO ¹	137	56,10%
ComboMulti / ComboMulti Ret ²	48	19,70%
ENEL - Energia	45	18,40%
CRC - Financeiro	12	4,90%
Nível 1	1	0,40%
Nível 2 - Técnico	1	0,40%

¹BKO - *backoffice*; ²Ret - retenção. Fonte: Autoria própria (2021).

Já o setor de Combomulti/Combomulti retenção e agentes que prestam serviço a uma empresa de energia retenção representam 19,70% e 18,40% respectivamente do público da pesquisa.

2.3.3. Modalidade de trabalho e NR-17

Neste bloco os participantes foram questionados sobre a modalidade de trabalho (*home office* ou presencial), como foi definida a modalidade, o tempo que está na atual modalidade, ciência sobre a importância da NR-17 e os treinamentos/reciclagens que a empresa realiza sobre a norma. Na Figura 1 é representado a modalidade de trabalho dos entrevistados, sendo 80,30% *home office* e 19,70% no trabalho presencial, sendo a amostra de estudo proporcional ao efetivo da empresa.

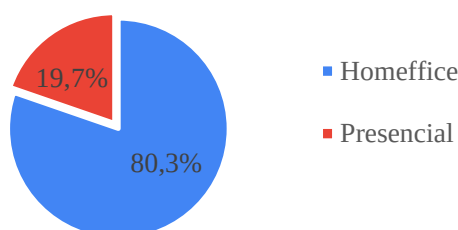


Figura 1. Modalidade de trabalho dos participantes da pesquisa. Fonte: Autoria própria (2021).

Também foi questionado a quanto tempo os participantes estão na modalidade atual, onde metade (50%) afirmaram estar a mais de seis meses na modalidade atual, 22,10% entre um e três meses, 20,1% entre três e seis meses e apenas 7,8% estão na modalidade atual a menos de um mês. Depois os participantes foram questionados sobre a NR-17, no qual inicialmente as perguntas eram direcionadas a saber se os participantes tinham ciência sobre a importância da NR-17 para o trabalho de *telemarketing* e para aqueles que não tinham conhecimento da norma, foi questionado o porquê.

No total, 95,9% disseram ter ciência sobre a importância do estudo e aplicação correta da NR-17 no âmbito da empresa em que trabalham, e apenas 4,1% não tem ciência dessa importância (Figura 2). Desses que informaram não ter ciência da importância da NR-17, 6 relataram não dar atenção ao conteúdo da capacitação e/ou reciclagem, 3 respondentes não tinham sequer ciência da existência de tal norma, e 1 informou que o assunto não o parecia importante.

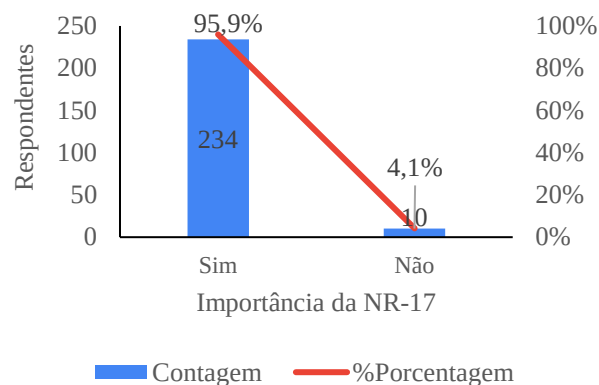


Figura 2. Resposta dos participantes quanto a importância da NR-17. Fonte: Autoria própria (2021).

Finalizando o bloco dois, foi perguntado aos participantes sobre a eficiência no entendimento do treinamento que recebem da empresa a cada seis meses sobre a NR-17. Na Figura 3 foram esquematizadas as respostas de todos os participantes da pesquisa.

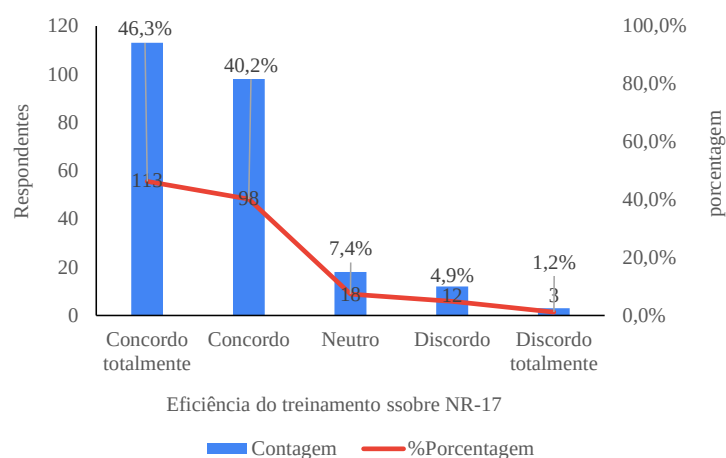


Figura 3. Concordância dos participantes quanto a eficiência do treinamento sobre a NR-17. Fonte: Autoria própria (2021).

Dos participantes da pesquisa, 86,5% das respostas concordam que a capacitação feita em acordo com o anexo II da NR-17 é eficaz nas indicações de prevenção de acidentes e prevenção de doenças ocupacionais como DORT/LER. Já 7,4% se mostraram neutros sobre o assunto e 6,1% discordaram da eficiência do treinamento sobre a NR-17.

2.3.4. Fatores ergonômicos influenciados pela modalidade de trabalho

No último bloco de perguntas estão centralizados os questionamentos que darão as respostas as proposições iniciais e alcance dos objetivos. Foi perguntado sobre a saúde ocupacional dos trabalhadores, mais especificamente em relação a dores de ouvido, dores de coluna e problemas psicossociais, fatores que podem influenciar em doenças ocupacionais nos agentes de *telemarketing*.

Apesar de se esperar que houvesse um agravamento em problemas de audição, coluna e psicológicos na celeridade de implantação do *home office*, os resultados foram bem equilibrados, de modo que se pode afirmar que o *home office*, de acordo com os dados dessa pesquisa, não agravou os problemas relacionados a saúde ocupacional dos trabalhadores, talvez porque tenha sido em um curto espaço de tempo para atender o contexto atual de pandemia. Entretanto, existem vários pontos que precisam ser observados, sendo o maior agravante os problemas de coluna, onde 59% dos participantes demonstraram sentir dores na coluna duas ou mais vezes ou constantemente (Figura 4), o segundo maior agravante foi do ponto de vista psicossocial, no qual 30% demonstraram ter crises psicológicas duas ou mais vezes ou constantemente (Figura 5), e por fim os problemas auriculares tiveram 28% dos participantes relatando ter dor de ouvido duas ou mais vezes ou constantemente (Figura 6).

Na Figura 4, se compararmos os trabalhadores da modalidade de trabalho em *site* e *home office* percebe-se que não se tem tanta distinção entre os problemas de coluna dos trabalhadores de *telemarketing* em ambas as modalidades de trabalho, desmistificando aquilo que se esperava com o agravamento das dores no trabalho feito em cadeiras não ergonômicas e impróprias para o trabalho *home office* durante 6 horas contínuas. Entretanto, problemas na coluna

podem levar um tempo maior para serem apresentadas se comparado ao tempo que os agentes estão inseridos na modalidade *home office*, onde metade (50%) dos participantes estão realizando trabalho remoto a menos de 6 meses.

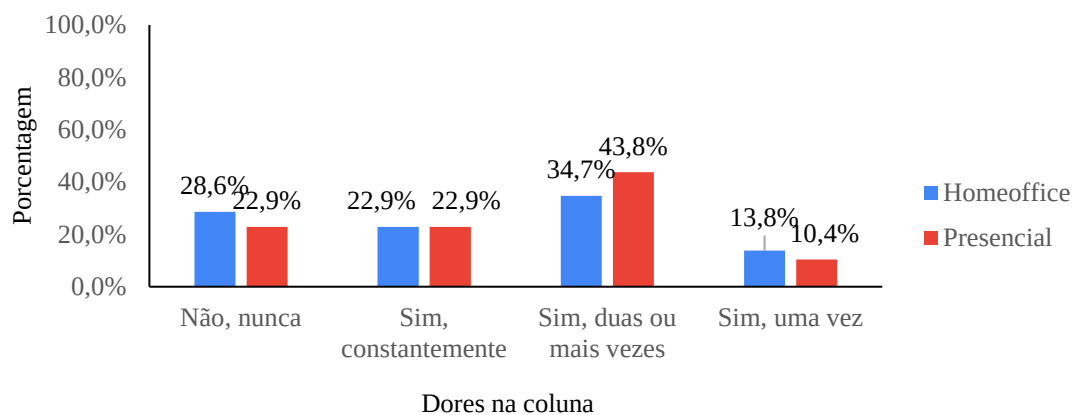


Figura 4. Comparação dos participantes *home office* x *site* que relataram dores de coluna. Fonte: Autoria própria (2021).

O segundo agravante nos problemas de saúde ocupacional entre os pesquisados ocorre em virtude de problemas psicológicos. Porém, os dados das crises psicossociais também não obtiveram tanta distinção das modalidades *home office* e presencial, sendo as respostas bem equilibradas, porém o número é alarmante, pois aproximadamente metade dos trabalhadores da empresa já se depararam com crises psicológicas seja, depressão, ansiedade, pânico, entre outras, podendo o tempo pandêmico ter sido fator favorável a esses distúrbios.

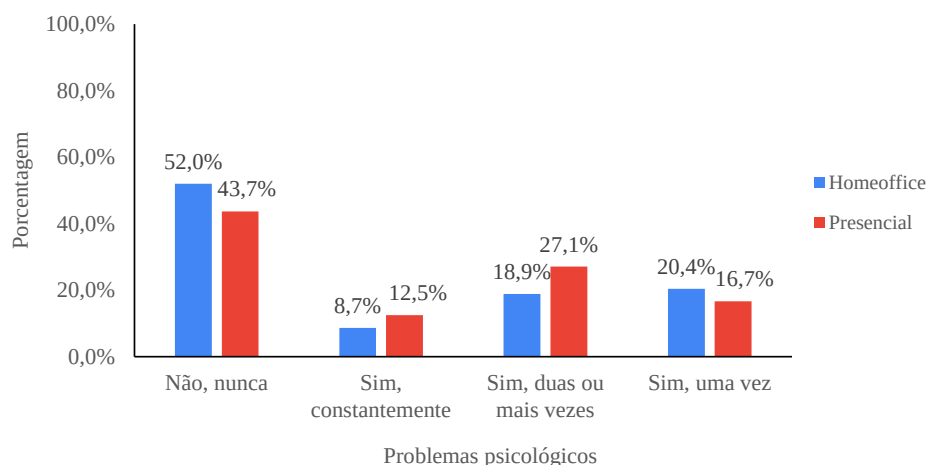


Figura 5. Comparação dos participantes *home office* x *site* que relataram problemas psicológicos. Fonte: Autoria própria (2021).

Finalizando a comparação do *home office* com o trabalho presencial no cruzamento com os problemas ocupacionais, a Figura 6 representa um equilíbrio entre as modalidades no tocante a sentir dor de ouvido durante a execução do trabalho de teleatendimento. 29,2% os operadores do trabalho presencial denotaram ter sentido duas ou mais vezes dor de ouvido e 10,4% sentem constantemente, números que expressam que a qualidade do *headset* do trabalho presencial é inferior aos *headsets* do *home office*. Isso pode ser em decorrência que esses equipamentos são demasiadamente compartilhados no presencial, enquanto no trabalho em casa a utilização se dá somente por uma única pessoa aumentando a vida útil do equipamento, seus problemas com ruídos e má funcionamento. Além disso, os *headsets* do trabalho remoto são conectados via USB (*Universal Serial Bus*), já os *headsets* do trabalho presencial têm conexão via ramal com conectores RJ11. O real motivo da distinção entre as qualidades do som do equipamento está na marca do *headset* e a quantidade de pessoas que o utilizam.

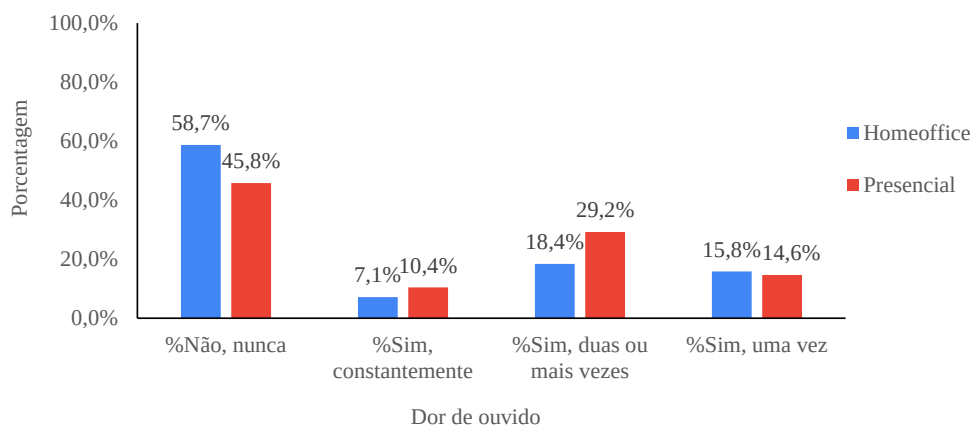


Figura 6. Comparação dos participantes *home office* x *site* que relataram dores de ouvido. Fonte: Autoria própria (2021).

Tentou-se entender as causas raízes dos principais agravantes respectivamente dos problemas das dores na coluna, problemas psicossociais e dores de ouvido, e foi obtida aos seguintes diagnósticos. Quase metade dos agentes de trabalho *home office* (46,9%) informaram não utilizar cadeira apropriada no trabalho de acordo com a Figura 7.

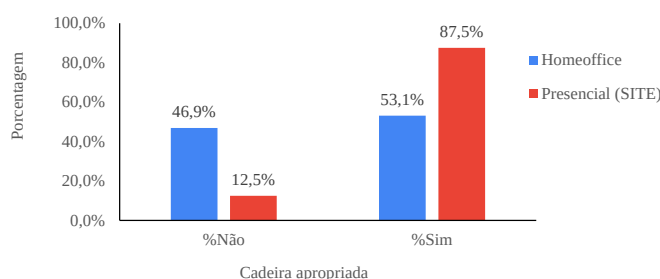


Figura 7. Comparação dos participantes *home office* x *site* sobre cadeira utilizada. Fonte: Autoria própria (2021).

Dos trabalhadores que relataram utilizar cadeira inadequada no trabalho *home office*, foi citado por 47 trabalhadores que utilizam cadeira de plástico, 37 usa cadeira da “mesa de jantar”, 7 não usa cadeira (usam rede, cama, chão ou outro tipo de assento) e 1 participante usa cadeira que não traz conforto (Figura 8).

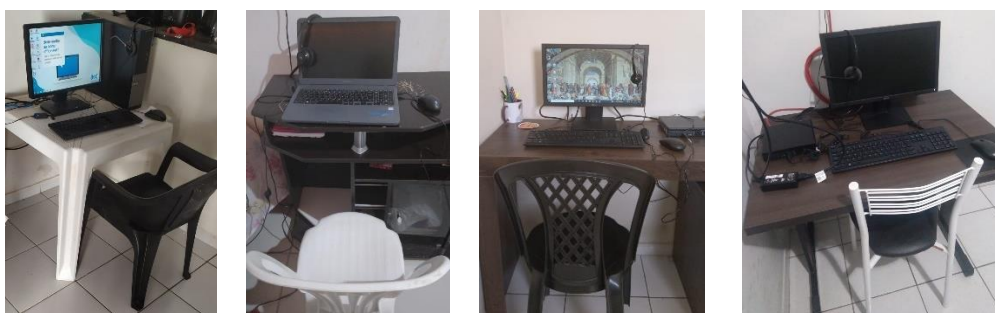


Figura 8. Modelos de cadeiras utilizadas por alguns dos participantes *home office*. Fonte: Fotos cedida pelos participantes da pesquisa (2021).

Já os principais problemas encontrados no trabalho presencial foram citados por 3 participantes que responderam que as cadeiras do *site* estão danificadas e impossibilitam o ajuste ergonômico (Figura 9). Os números expressam que apesar da empresa emprestar mobiliário técnico como computador e periféricos (*mouse*, teclado, *headset* e etc) em alguns casos até a *internet*, poderia ser avaliada pela gestão a possibilidade de empréstimo de cadeiras, fator que otimizaria exponencialmente a qualidade da rotina de trabalho dos trabalhadores, pois a longo prazo esses trabalhadores poderão desenvolver até graves problemas posturais, e diante dos resultados apresentados na Figura 4 mais da metade dos trabalhadores da empresa já sentiram dores duas ou mais vezes ou sentem dores na coluna constantemente.

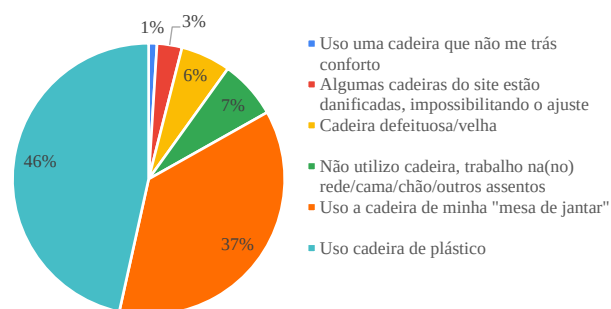


Figura 9. Motivos citados pelos participantes sobre cadeira inadequada. Fonte: Autoria própria (2021).

Quando questionados se os *headsets* que utilizam são apropriados para o trabalho, os agentes do trabalho presencial foram maiores ofensores no quesito de acordo com a Figura 10, onde 31,3% dos trabalhadores da modalidade informaram que os *headsets* não são apropriados enquanto no *home office* 19,4% dos agentes da modalidade informaram ser inadequados os *headsets*, tal desequilíbrio nesse ponto pode ser devido a justificativa dada no comentário da Figura 7.

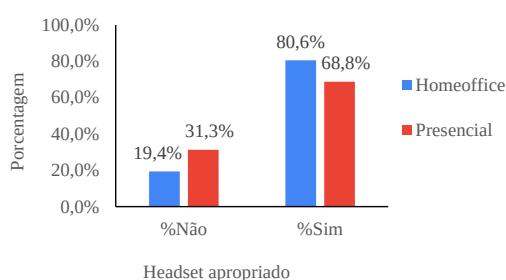


Figura 10. Comparação dos participantes *home office* x *site* sobre *headset* adequado. Fonte: Autoria própria (2021).

Aos que responderam que o *headset* não é adequado foi questionado o porquê, onde 1 agente *home office* informou que o *headset* é desconfortável; alguns responderam que o “*headset* apresenta ruídos e/ou é baixo e/ou sons robotizados” sendo 13 dessas respostas de agentes do *home office* e 9 do presencial; 6 agentes do *home office* informaram que o equipamento é para os dois ouvidos impossibilitando a intercalação entre ouvidos; 1 agente presencial informou não ter a opção de colocar a ligação no mudo; e pôr fim a maior representatividade foram de 23 agentes que informaram que o *headset* pressiona o ouvido mesmo estando na melhor regulagem, sendo dessas respostas, 18 de agentes *home office* e 5 de agentes da modalidade presencial. Na Figura 11 são apresentados o modelo de *headset* utilizado na modalidade presencial (a esquerda) e na modalidade *home office* (a direita).



Figura 11. Modelos de *headset* utilizados pelos participantes *site* (a esquerda) e *home office* (a direita). Fonte: Fotos cedida pelos participantes da pesquisa (2021).

Quando questionados se o relacionamento com os colegas no ambiente do trabalho presencial é cooperativo para a prevenção das doenças psicossociais, 70,90% dos entrevistados responderam que sim, mas que não tinha certeza, 18,90% responderam que sim, com certeza e apenas 10,20% responderam não (Figura 12).

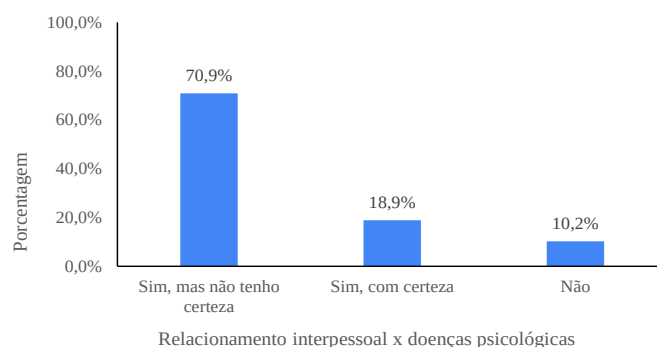


Figura 12. Resposta sobre a influência das relações interpessoais na prevenção de problemas psicológicas. Fonte: Autoria própria (2021).

Conforme disposto no referencial teórico, apesar do trabalho remoto trazer muitos benefícios, um dos malefícios da regra é o isolamento ocasionado pelo trabalho a distância, assim, as relações interpessoais, a conversa com o colega, a relação mútua entre os trabalhadores melhora o psicológico, ficando bem claro nas respostas dos participantes apresentadas na Figura 12, onde 89,8% concordam que essas relações auxiliam na saúde ocupacional e na prevenção de doenças psicológicas.

No último questionamento, os entrevistados foram perguntados sobre qual o modelo de trabalho consideram mais seguro do ponto de vista da segurança do trabalho, prevenção de doenças ocupacionais, acidentes de trabalho, DORT e NR-17, no total 71,3% de todos os participantes consideram o *home office* mais seguro e 28,7% consideram a modalidade presencial como sendo a mais segura, na Figura 13 é expressada uma visão analítica comparando as respostas dos participantes que são *home office* com os participantes que trabalham presencialmente.

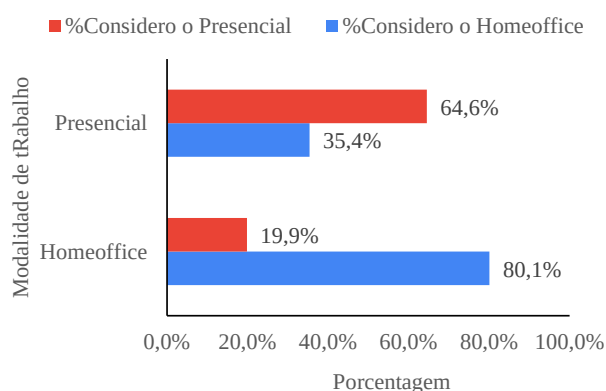


Figura 13. Resposta sobre a modalidade de trabalho ideal do ponto de vista da segurança do trabalho. Fonte: Autoria própria (2021).

2.3.5. Propostas de melhorias

Diante dos resultados obtidos na pesquisa é proposto então algumas soluções para sanar os problemas diagnosticados, soluções essas que podem ou não ser viáveis na aplicação prática, mas que visam o bem-estar e a saúde ocupacional dos trabalhadores de *telemarketing* seja no âmbito presencial ou no âmbito *home office*.

O problema mais grave identificado foi disposto na Figura 7, onde um total de 196 agentes que responderam à pesquisa e trabalham remotamente, informaram não estar com uma cadeira no mínimo estofada, o que justifica por que tantos agentes informaram ter sentido dores na coluna ou ainda sentem constantemente. Se o problema continuar a médio prazo estes trabalhadores poderão desenvolver lombalgias, hérnias de disco e demais patologias na coluna, o que provocará afastamentos, atestados e até mesmo aposentadorias por invalidez, por isso é conveniente que a empresa na inclusão da regra *home office* faça o empréstimo de cadeiras apropriadas ou requisitem que os agentes provem ter cadeiras apropriadas na liberação para o trabalho remoto, tal medida promoverá um melhor controle no assunto e que pode gerar tantos impactos, além disso monitorar a qualidade das cadeiras do trabalho presencial de modo que sejam retiradas as quebradas e aquelas que não possibilitem regulação adequada.

Foi identificado de forma surpresa que os *headsets* do trabalho presencial têm menos qualidade do que os do trabalho remoto, assim é viável um investimento na substituição da marca e/ou modelo, de modo que seja visado a qualidade auricular das ligações, otimizando e regulando altura de fala e escuta, além de um controle de pontos de

atendimento, fidelizando lugares para que os agentes todos os dias não venham trabalhar em pontos de atendimentos distintos. Como solução para os problemas do *home office* frente as inapropriações de *headset* é viável não mais liberar agentes com equipamentos que impossibilitem a intercalação entre ouvidos ou até mesmo demandar ao mercado equipamentos que promovam melhor conforto aos trabalhadores com avaliações de profissionais da área de segurança que tenham tido experiência com *call centers*.

Para os problemas psicossociais encontrados na pesquisa algumas ações poderiam ser sugeridas, a primeira delas utilizar ferramentas de contato remoto para promover a aproximação entre os trabalhadores mesmo que a distância, dispor de trabalho médico e/ou psicológico para os trabalhadores de modo regular não dissociado ao acompanhamento e entrega operacional, ações de clima, e com o término da pandemia avaliar possibilidade de trabalho híbrido permitindo que o trabalhador pelo menos algumas vezes no mês esteja no trabalho presencial, trazendo-o para “mais próximo” da empresa.

3. CONCLUSÕES

Em virtude dos fatos apresentados e mencionados, pôde-se concluir que os desafios encontrados na ótica da segurança do trabalho comumente enfrentados em operações de trabalho presencial de *telemarketing* são substituídos aos operadores que tiveram sua modalidade de trabalho alterada para *home office* no trato da pandemia ainda em vigor da Covid-19, fato é que se observou um equilíbrio entre as modalidades quando analisado questões ocupacionais nas dores de coluna, dores de ouvido e problemas psicossociais, no entanto, as soluções dos problemas do trabalho presencial não são as mesmas do trabalho *home office* como apresentado nos resultados dessa pesquisa.

O trabalho *home office* é uma modalidade que não agrava os problemas ergonômicos de “trabalhos de escritório”, isto é, trabalhos que exigem que o trabalhador passe uma longa jornada sentado desempenhando operações corporais repetitivas, em contra partida a isto, por não se ter um tempo cabível na programação de inclusão dos trabalhadores a modalidade remota na empresa de estudo, tal fato pode ter ocasionado algumas práticas de segurança olvidadas, tais como as rondas de operações, o olhar dos gestores, mudar *headset* de ouvido, beber água constantemente, sentar na postura correta, como também a visão do SESMT diretamente nos trabalhadores provoca em qualquer empresa um comportamento preventivo frente a segurança do trabalho nas operações de *telemarketing*, além de outros fatores que sem dúvidas causam a longo prazo grandes benefícios a estes trabalhadores. Essas práticas não são aplicadas no trabalho a distância e para isso, a comunicação visual, lembretes, *pop-ups* na máquina dos trabalhadores pode ser solução paliativa.

Observa-se que o *home office* se comparado ao *site* foi benéfico na qualidade dos *headsets* e redução de dores de ouvido, tal fato se dá pela qualidade dos equipamentos, tendo o *site headsets* mais antigos e que favorecem a descontinuidade da ergonomia, por outro lado o trabalho presencial foi benéfico na ótica das doenças psicossociais já que os trabalhadores consideraram que o fato de estar em contato com outros colegas podem ser benéfico a saúde mental.

Os resultados apontam uma atenção especial e emergencial quanto a presença de trabalhadores que sentem dores de coluna, logo é necessário a adoção de medidas corretivas para evitar risco de graves problemas das mais diversas doenças desenvolvidas na coluna, uma vez que metade da operação *home office* trabalha em assentos/cadeiras totalmente prejudiciais à saúde ocupacional, inclusive, mais tarde isso poderá se tornar prejuízo financeiro a empresa com aplicação de atestados, afastamentos e aposentadorias. Este trabalho trouxe uma visão de vários problemas que podem ser prejudiciais ao bem-estar físico e emocional dos trabalhadores da empresa de estudo.

As exigências da NR-17 foram descontinuadas nas frentes de trabalho durante esse período de pandemia, ao passo que itens do anexo II da norma são desrespeitados, sendo eles, os itens 17.3.2, 17.3.3 e 17.3.4, que tratam sobre a postura do trabalhador, assentos adequados, ângulos corretos, distâncias, entre outros. Tais medidas não podem ser seguidas atualmente com cadeiras de plástico, cadeiras da mesa de jantar, trabalho não realizado em assentos e entre outros conforme os dados alcançados nessa pesquisa, além disse os pontos 2 e 3 do anexo II da norma que trata sobre o mobiliário e equipamentos de trabalho aparentam ter sofrido descumprimento em todas as sumas. Entende-se por outro lado que a empresa precisará se adequar a norma quanto ao trabalho *home office* e/ou uma legislação específica para tal.

Das dificuldades encontradas no estudo, a principal se deu na criação de insumos dos trabalhadores que estão no trabalho presencial, o ideal seria que estes representassem cerca de 30% da população para que a amostra representasse total proporcionalidade frente ao número real de agentes de trabalho presencial e *home office*, além disso, a escassez de trabalhos sobre *telemarketing* no âmbito remoto foi fator que dificultou o norte do estudo, pois sem essa base teórica houve muitas visões prévias que foram desmistificadas na elaboração e continuidade da pesquisa, mas que causou um maior tempo para o entendimento correto dos problemas.

Propõe-se então que trabalhos científicos posteriores realizem uma melhor análise sobre os fatores ocupacionais que agregam e previnem a saúde dos trabalhadores, estudos vocais, estudos oftalmológicos, análise mais detalhada sobre a saúde auditiva dos trabalhadores de empresas de *telemarketing*, desenvolvimento de equipamentos de postos de trabalho ideais para o setor de *call center*, detalhamento de questões específicas sobre o *home office* e suas regras e entre vários outros assuntos, lembrando que estudos voltados para esse setor se faz necessário pois em 2012 já tinham mais de 1,4 milhão de trabalhadores no ramo.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Economia. **NR 17 - Ergonomia**. Brasília: Ministério do Trabalho e Previdência, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-previdencia/pt-br/composicao/orgaos-especificos/secretaria-de-trabalho/inspecao/seguranca-e-saude-no-trabalho/ctpp-nrs/norma-regulamentadora-no-17-nr-17>. Acesso em: 02 ago. 2021.

CAPPI, L. **Comissão de Trabalho aprova regulamentação da profissão de trabalhadores de telemarketing**. Brasil, 04 set. de 2017. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/ctasp/noticias/comissao-de-trabalho-aprova-regulamentacao-da-profissao-de-trabalhadores-de-telemarketing>. Acesso em: 18 set. 2021.

CARVALHO, N. **Você conhece a história do home office? CISCO**, Brasil, 28 mar. de 2021. Disponível em: <https://gblogs.cisco.com/br/colaboracao/nsilvaca/covlatam-voce-conhece-a-historia-do-home-office/>. Acesso em: 11 set. 2021.

CASTAÑÓN, J. et al. **O home office e a ergonomia nas condições de trabalho e saúde de arquitetos e engenheiros**. 1º CONAERG. Juiz de Fora, 2016. Acesso em: 02 ago. 2021.

ELGALY, H. K. P.; MEIJA, D. P. M. **Fatores de risco para ocorrência de doenças ocupacionais na atividade de teleatendimento/telemarketing**. Brasil, [?]. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1zjnRRXATe8flujfkoBIGrrUBKZUz85-2/view>. Acesso em: 18 de set. de 2021.

EQUIPE FALE MAIS. **O que é Call Center – Definição e história**. Brasil, 3 dez. de 2019. Disponível em: <https://www.falemaisvoip.com.br/blog/o-que-e-call-center/>. Acesso em: 01 de set. de 2021.

INSTITUTO SANTA CATARINA. **Como deve ser o treinamento de ergonomia para Call Center**. Santa Catarina, 7 nov. 2020. Disponível em: <https://www.institutosc.com.br/web/blog/como-deve-ser-o-treinamento-de-ergonomia-para-call-center>. Acesso em: 30 ago. 2021.

INSTITUTO SANTA CATARINA. **Riscos ergonômicos no Telemarketing: Quais e como prevenir?** Santa Catarina, 9 nov. 2020. Disponível em: <https://www.institutosc.com.br/web/blog/riscos-ergonomicos-no-telemarketing:-quais-sao-e-como-prevenir>. Acesso em: 30 ago. 2021.

MARINHO, Sílvia. **CONHEÇA A HISTÓRIA DO TELEMARKETING NO BRASIL**. INHOUSE, Brasil, [S.l.] Disponível em: <https://www.inhouse.com.br/a-historia-do-telemarketing-no-brasil/>. Acesso em: 29 de ago. de 2021.

OLIVEIRA, Martha Maria Veras. **A ergonomia e o teletrabalho no domicílio**. Florianópolis: Dissertação... Universidade Federal de Santa Catarina. ago. 1996. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/76935?show=full>. Acesso em: 08 jun. 2016.

PORTAL G1. **Vigilância sanitária interdita empresa após 8 funcionários testarem positivo para coronavírus, em Anápolis**. Anápolis-GO, 17 abr. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/04/17/vigilancia-sanitaria-interdita-empresa-apos-8-funcionarios-testarem-positivo-para-coronavirus-em-anapolis.ghtml>. Acesso em: 13 set. 2021.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Editora Feevale, 2013. Acesso em: 19 set. 2021.

TACTIUM, Blog. **O que é a NR 17 e como ela afeta o seu call center**. Tactium. Brasil, 23 ago. 2016. Disponível em: <https://blog.tactium.com.br/index.php/o-que-e-nr17-e-como-ela-afeta-o-seu-call-center/>. Acesso em: 06 set. 2021.

TOP USE. **A fórmula Erlang e o início dos call centers**. 2014. Disponível em: <https://www.topuse.com.br/a-formula-erlang-e-o-inicio-dos-call-centers/>. Acesso em: 10 set. 2021.