UNIVERSIDADE DE SÂO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS MODERNAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS LINGUÍSTICOS, LITERÁRIOS E TRADUTOLÓGICOS EM FRANCÊS

ANAISY SANCHES TEIXEIRA

A desconstrução do dissenso e a construção da relação de lugares nas televendas em português e francês

VERSÃO CORRIGIDA

São Paulo

ANAISY SANCHES TEIXEIRA

A desconstrução do dissenso e a construção da relação de lugares nas televendas em português e francês

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Literários e Tradutológicos em Francês do Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Doutora em Letras.

Orientadora: Profa. Dra. Véronique Marie Braun Dahlet

VERSÃO CORRIGIDA

São Paulo

2019

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

T266d

Teixeira, Anaisy Sanches
A desconstrução do dissenso e a construção da relação de lugares nas televendas em português e francês / Anaisy Sanches Teixeira ; orientadora Véronique Marie Braun Dahlet. - São Paulo, 2019.
420 f.

Tese (Doutorado)- Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Letras Modernas. Área de concentração: Estudos Linguísticos, Literários e Tradutológicos em Francês.

1. linguística. 2. interação verbal. 3. telemarketing. 4. língua portuguesa. 5. língua francesa. I. Dahlet, Véronique Marie Braun, orient. II. Título.

TEIXEIRA, Anaisy Sanches. **A desconstrução do dissenso e a construção da relação de lugares nas televendas em português e francês.** Tese apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Doutora em Letras.

ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE

Termo de Ciência e Concordância do (a) orientador (a)

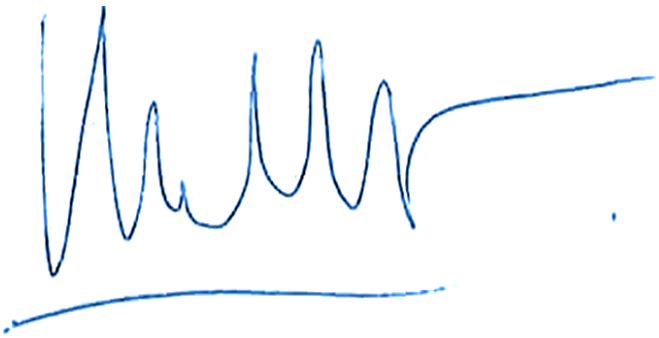
Nome do (a) aluno (a): Anaisy Sanches Teixeira

Data da defesa: 26/09/2019

Nome do Prof. (a) orientador (a): Véronique Marie Braun Dahlet

Nos termos da legislação vigente, declaro **ESTAR CIENTE** do conteúdo deste **EXEMPLAR CORRIGIDO** elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me **plenamente favorável** ao seu encaminhamento e publicação no **Portal Digital de Teses da USP**.

São Paulo, 26/11/2019



_____

(Assinatura do (a) orientador (a)

Ao meu amado e saudoso avô Benino Sanches, por seu olhar sábio e único sobre a vida, sua alegria infinita e amor incondicional ao próximo.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de manifestar meus mais sinceros agradecimentos a todos que participaram direta ou indiretamente da realização deste trabalho.

À minha orientadora, professora Véronique Marie Braun Dahlet por sua confiança, sabedoria, competência, empatia e gentileza, qualidades que transformaram esse árduo processo em um caminho mais leve e não menos enriquecedor.

À professora Tokiko Ishihara, por apresentar-me o universo da Análise das interações, acolher-me e acreditar em mim desde o início.

À professora Eliane Gouvêa Lousada, por seu engajamento, profissionalismo e humanidade.

Un grand merci à Violaine Bigot pour les discussions toujours enrichissantes et les précieux conseils, pour sa confiance, son enthousiasme, son engagement et sa gentillesse. Je remercie chaleureusement à Eliane Blondel, pour sa disponibilité et ses importantes contributions.

Às empresas apoiadoras deste projeto, pela importância que conferem às pesquisas acadêmicas.

Aos membros da banca de qualificação, professoras Lineide do Lago Salvador Mosca e Zilda Gaspar Oliveira de Aquino, pela leitura atenta deste trabalho e relevantes observações.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela concessão de bolsa (PDSE) ao projeto n° 88881.190140/2018-01 que resultou nesta tese. As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade do autor, não necessariamente refletem a visão da CAPES.

Aos meus colegas professores e funcionários do Laboratório de Línguas da Universidade Estadual de Londrina, sobretudo, a Adriana Grade Fiori Souza e Marta Aparecida de Oliveira Balbino dos Reis, pelo apoio ao longo dessa jornada.

À Isabella Maria Fortes, pelos inúmeros momentos de amparo e amizade.

À Emerson Takara, pela humanidade e disponibilidade.

À minha amada família, por sonhar os meus sonhos e encorajar-me a torná-los reais, por incentivar-me a prosseguir mesmo nas adversidades, sempre com muito amor, compreensão e cumplicidade. Agradeço, especialmente, aos meus pais, Antônio Norberto Teixeira e Sueli Sanches Teixeira, pelo amor incondicional, à minha irmã, Thais Sanches Teixeira Tominaga, ao meu cunhado Cesar Henrique Tominaga, à minha sobrinha Lívia Teixeira Tominaga, luz dos meus olhos, às minhas tias, Maria de Lourdes Gomes Detoni, Maria de Fátima Teixeira e Maria Cristina Oliveira Teixeira, pelo carinho e apoio constantes, aos meus sogros Nelson Ignácio e Maria Rosely Poleto Ignácio, pela proteção e, sobretudo, ao meu companheiro Mateus Gustavo Ignácio, essencial na realização deste projeto, pelos inúmeros momentos de incentivo, por sua sintonia, por sempre acreditar em mim e enxergar-me melhor do que sou.

“Il est bon de savoir quelque chose des mœurs de divers peuples, afin de juger des nôtres plus sainement, et que nous ne pensions pas que tout ce qui est contre nos modes soit ridicule et contre raison, ainsi qu’ont coutume de faire ceux qui n’ont rien vu.”

(René Descartes)

RESUMO

TEIXEIRA, Anaisy Sanches. **A desconstrução do dissenso e a construção da relação de lugares nas televendas em português e francês.** Tese (Doutorado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2019.

Esta pesquisa propõe uma reflexão sobre o funcionamento de interações de venda à distância, nas línguas-culturas francesa e portuguesa do Brasil, a fim de compreender como se realiza a desconstrução do dissenso e a construção da relação de lugares em ligações de televendas. Interessa-nos, pois, observar as estratégias linguístico-discursivas mobilizadas pelos operadores no intuito de engajar o cliente na interação e, ainda, para reverter as discordâncias que se apresentam diante de sua proposta comercial. Verificaremos, igualmente, como se delineiam as relações de dominância nessa situação de comunicação examinando as modalidades de negociação decorrentes do jogo de poder que se estabelece entre os interagentes nela implicados. Além disso, por se tratar de um estudo comparativo que envolve dois sistemas linguísticos distintos, tem o propósito de revelar possíveis similaridades e disparidades entre as línguas portuguesa e francesa a partir de uma análise descritiva, qualitativa e quantitativa. Para isso, ancoramos nossas reflexões em conceitos da perspectiva interacionista, mais precisamente, no domínio da análise das interações verbais, fundamentando-nos em Kerbrat-Orecchioni (1984, 1990, 1992, 1994, 2005), Traverso (1999), Vion (2000 [1992]), Plantin (1996), Doury (2016), assim como em Brown e Levinson (1987 [1978]). Por colocarmos em evidência variações nos funcionamentos interacionais de falantes de português e francês, recorremos, igualmente, a conceitos provenientes dos estudos interculturais (BLANCHET, 2004; COEN-EMERIQUE, 2011, BYRAM, 2011; UNESCO, 2013) bem como da pragmática contrastiva (OLESKY, 1989; BLUM-KULKA et al., 1989). Nossas análises revelaram que, diante de uma situação de divergência, brasileiros e franceses posicionam-se de modo diverso. Enquanto os primeiros procuram, via de regra, esquivar-se dos confrontos ou, ainda, encontrar medidas paliativas para resolvê-los, os últimos manifestam, diretamente, seu desacordo e têm preferência por uma resolução determinada da situação, seja ela positiva ou negativa. Em termos de estratégias linguístico-discursivas empregadas no processo de desconstrução do dissenso, encontramos muito mais similitudes do que disparidades entre ambos os *corpora*, uma vez que compartilham diversos recursos, como os *summons* (chamado direcionado), as construções justificadoras, as perguntas de captação e, sobretudo, os procedimentos argumentativos e as estratégias de polidez. Todavia, observamos uma maior variedade de mecanismos de argumentação em português e de polidez em francês. Como, no primeiro caso, o nível relacional das interações está mais regulado, os operadores brasileiros têm mais liberdade para explorar recursos argumentativos, ao passo que os franceses, em consequência de um maior desequilíbrio relacional, investem em mais estratégias de polidez. Esses comportamentos refletem-se nas modalidades de negociação delineadas a partir das relações de dominância estabelecidas entre o operador e o cliente, mais diversificadas, disputadas e conflituosas em francês.

Palavras-chave: interações de trabalho; televendas; desconstrução do dissenso; modalidades de negociação; línguas-culturas portuguesa e francesa

ABSTRACT

TEIXEIRA, Anaisy Sanches. **The deconstruction of dissent and the construction of the system of places in telesales in Portuguese and French**. Ph.D.Thesis. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2019.

This research proposes a reflection on the functioning of distance selling interactions, in the French and Portuguese of Brazil languages-cultures, in order to understand how the dissent deconstruction and the construction of the system of places in telesales calls are performed. We are therefore interested in observing the linguistic-discursive strategies used by the operators in order to engage the customer in the interaction and to reverse the disagreements that arise in face of their commercial proposal. We will also verify how the relations of dominance in this communication situation are delineated by examining the modalities of negotiation resulting from the power game that is established between the actors involved in it. Moreover, as it is a comparative study involving two distinct linguistic systems, it aims to reveal possible similarities and disparities between the Portuguese and French languages from a descriptive, qualitative and quantitative analysis. For this, we anchor our reflections on concepts of the interactionist perspective, more precisely, in the domain of the analysis of verbal interactions, based on Kerbrat-Orecchioni (1984, 1990, 1992, 1994, 2005), Traverso (1999), Vion (2000 [1992]), Plantin (1996), Doury (2016), as well as in Brown and Levinson (1987 [1978]). As we highlight variations in the interactional functioning of Portuguese and French speakers, we also use concepts from intercultural studies (BLANCHET, 2004; COEN-EMERIQUE, 2011; BYRAM, 2011; UNESCO, 2013) as well as contrastive pragmatics (OLESKY, 1989; BLUM-KULKA et al., 1989). Our analyses revealed that, in a situation of divergence, Brazilians and the French take a different position. While the former usually seek to avoid confrontation or to find palliative measures to resolve them, the latter express their disagreement directly and prefer a determined resolution of the situation, whether positive or negative. In terms of linguistic-discursive strategies used in the dissent deconstruction process, we found much more similarities than disparities between both *corpora*, since they share various resources, such as summons, justifying constructs, capture questions, and above all, argumentative procedures and politeness strategies. However, we observed a greater variety of mechanisms of argumentation in Portuguese and of politeness in French. As, in the first case, the relational level of interactions is more regulated, Brazilian operators have more freedom to explore argumentative resources, while the French, as a result of greater relational imbalance, invest in politeness strategies. These behaviors are reflected in the negotiation modalities outlined based on the dominance relations established between the operator and the customer, which are more diverse, disputed and conflicting in French.

Keywords: work interactions; telesales; deconstruction of dissent; negotiation modalities; Portuguese and French languages-cultures

RÉSUMÉ

TEIXEIRA, Anaisy Sanches. **La déconstruction de la dissension et la construction du rapport de places dans les téléventes en portugais et français.** Thèse (Doctorat). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2019.

Cette recherche propose une réflexion sur le fonctionnement des interactions de vente à distance, dans les langues-cultures française et portugaise du Brésil, afin de comprendre la déconstruction de la dissension et la construction du rapport de places dans les appels de télévente. Nous sommes donc intéressés par l'observation des stratégies liguistiques et discursives mobilisées par les téléopérateurs en vue d'engager le client dans l'interaction et aussi pour invalider les désaccords qui se produisent contre leur proposition commerciale. Nous verrons également comment se constituent les relations de domination au sein de cette situation de communication en analysant les modalités de négociation issues du jeu de pouvoir établi entre les interactants. De plus, comme il s'agit d'une étude comparative impliquant deux systèmes linguistiques différents, cette recherche vise à révéler les similitudes et les disparités entre les langues française et portugaise à partir d'une analyse descriptive, qualitative et quantitative. Nous nous appuyons sur les concepts de la perspective interactionniste, plus précisément sur le domaine de l'analyse des interactions verbales, en nous basant sur Kerbrat-Orecchioni (1984, 1990, 1992, 1994, 2005), Traverso (1999), Vion (2000). 1992]), Plantin (1996) Doury (2016), ainsi que Brown et Levinson (1987 [1978]). Comme nous mettons en évidence des variations dans le fonctionnement interactionnel des lusophones et des francophones, nous utilisons également des concepts issus des études interculturelles (BLANCHET, 2004; COEN-EMERIQUE, 2011; BYRAM, 2011; UNESCO, 2013), ainsi que de la pragmatique contrastive (OLESKY, 1989; BLUM-KULKA et al., 1989). Notre analyse a révélé que, dans une situation de divergence, les Brésiliens et les Français réagissent différemment. Alors que les premiers cherchent généralement à éviter la confrontation ou à trouver des mesures palliatives pour la résoudre, les derniers expriment directement leur désaccord et préfèrent une résolution précise de la situation, qu'elle soit positive ou négative. Pour ce qui concerne les stratégies linguistiques et discursives utilisées dans le processus de déconstruction de la dissension, nous trouvons beaucoup plus de similitudes que de disparités entre les deux *corpora*, puisqu'ils partagent de nombreuses ressources, telles que les *summons* (appel dirigé), les justifications, les questions d'amorce et, surtout, les procédures argumentatives et les stratégies de politesse. Cependant, nous observons une plus grande variété de mécanismes d'argumentation en portugais et de politesse en français. Comme, dans le premier cas, le niveau relationnel des interactions est plus stabilisé, les téléopérateurs brésiliens ont plus de liberté pour exploiter des ressources argumentatives, tandis que les Français investissent dans des stratégies de politesse du fait d'un déséquilibre relationnel plus important. Ces comportements se reflètent dans les modalités de négociation révélées à partir des relations de dominance établies entre le téléopérateur et le client, plus diverses, controversées et conflictuelles en français.

Mots-clés: interactions de travail; télévente; la déconstruction de la dissension; modalités de négociation; langues-cultures portugaise et française

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: O percentual de ligações segundo o tipo de desfecho.....120
Tabela 2: Justificativas - desfecho inconclusivo em português e francês.....122
Tabela 3: Motivações - desfecho negativo em português e francês.....124
Tabela 4: A organização sequencial das ligações telefônicas.....129
Tabela 5: Modalidades de negociação observadas na sequência de abertura em português confrontadas com o desfecho.....206
Tabela 6: Modalidades de negociação observadas na sequência de abertura em francês confrontadas com o desfecho.....207
Tabela 7: A relação das modalidades de negociação na abertura e no corpo da interação em português.....267
Tabela 8: A relação das modalidades de negociação na abertura e no corpo da interação em francês.....269

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Normas para transcrição do projeto NURC.....98
Quadro 2: Abreviações para a identificação dos interlocutores.....100
Quadro 3: Características da situação de comunicação.....108
Quadro 4: Ligações em francês e seus domínios temáticos.....110
Quadro 5: O protótipo da abertura da sequência em português e francês.....151

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACE Análise da Conversa Etnometodológica
CECR Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas
CL Cliente/Masculino
CLE Cliente/Feminino
E.A.D. Educação à distância
FFA *Face Flattering Acts* (Atos de ameaça à face)
FTA *Face Threatening Acts* (Atos de valorização da face)
NURC Projeto de Estudo da Norma Linguística Urbana Culta de São Paulo
OP Operador de televendas
OPA Operadora de televendas
PT Participante/Masculino
PTE Participante/Feminino
SAC Serviço de Atendimento ao Cliente
SAMU *Service d'Aide Médicale Urgente* (Serviço de Atendimento Móvel de Urgência)

UNESCO Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

SUMÁRIO SINTÉTICO

INTRODUÇÃO.....19

I. Situando o objeto de estudos.....24

II. Organização da tese.....26

CAPÍTULO 1 - SITUANDO A PESQUISA: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS.....29

1.1. A análise das interações: o plano conceitual.....29

1.1.1. Os princípios elementares das interações.....32

1.1.2. As regras do desenvolvimento das interações.....35

1.2. A negociação nas ciências sociais e nos estudos interacionistas.....46

1.2.1. A interação como negociação.....50

1.2.2. A noção de negociação conversacional.....51

1.2.2.1.O esquema geral.....53

1.2.2.2.As modalidades de negociação: do ajuste à ausência de acordo.....54

1.2.2.3.As especificidades das negociações conversacionais e comerciais.....56

1.2.2.4. Os objetos da negociação.....58

I. A negociação de opiniões: os eventos argumentativos.....60

II. A negociação da relação interpessoal: a polidez linguística.63

1.3. O cultural nas interações: a perspectiva intercultural.....70

CAPÍTULO 2 – CONCEITUANDO E DELIMITANDO O OBJETO DE ESTUDO: AS INTERAÇÕES DE TRABALHO.....78

2.1. As ligações de televendas: interações verbais e paraverbais.....78

2.2. Que tipo de interação?.....78

2.2.1. As relações de lugar: complementaridade e assimetria.....79

2.2.2. As relações cooperativas.....82

2.2.3. Uma interação com finalidade externa.....82

2.2.4. Uma interação de natureza formal ou informal?.....85
2.3. Interação comercial ou de serviço?.....87
2.4. Televendas, *telemarketing e marketing*: conceituação e aplicações.....90
2.4.1. *Call Center* ou *Contact Center*?.....94
2.4.1.1. A tipologia das operações de teleatendimento.....94
2.4.1.2. A tipologia das operações internas.....95

CAPÍTULO 3: APRESENTANDO O *CORPUS* E A METODOLOGIA.....96
3.1. A constituição do *corpus:* coleta e recorte.....96
3.2. O tratamento do *corpus:* transcrição.....98
3.2.1. A designação dos atores da interação.....101
3.3. A apresentação do *corpus*.....101
3.3.1. Quem interage e de onde falam?: apresentação dos interagentes...103
3.3.2. Quais especificidades contextuais e legais regulam essas interações?.....105
3.3.3. As relações entre o quadro contextual e o parâmetro estrutural.....107
3.3.4. Os domínios temáticos nas ligações brasileiras e francesas.....109
3.4. Os procedimentos metodológicos.....111
3.5. A perspectiva comparativa: a busca por variações e regularidades.....112

CAPÍTULO 4: ANALISANDO OS DADOS E DISCUTINDO OS RESULTADOS..118
I. O desfecho das interações.....119
4.1. As ligações de televendas: desfechos positivo, negativo e inconclusivo.....119
II. A sequência de abertura 125
4.2. Como engajar o cliente potencial na ligação de televendas?.....126
4.2.1. A abertura da sequência:.....128
4.2.2. As estratégias de incursão.....152
4.2.2.1. As construções justificadoras.....153
4.2.2.2. As perguntas de captação.....174
4.3. As modalidades de negociação na sequência de abertura.....181
4.4. As sequências de abertura e os desfechos: possíveis correlações?.....205
III. O corpo da interação.....209
4.5. A desconstrução do dissenso no corpo da interação.....209

4.5.1. As estratégias discursivas mobilizadas pelo operador.....209
4.5.1.1. Os procedimentos de persuasão 211
4.5.1.2. Os procedimentos de polidez.....242
I. Os procedimentos de polidez negativa.....246
II. Os procedimentos de polidez positiva.....260
4.5.2. A argumentação e a polidez: uma dinâmica pendular.....265
4.6. As modalidades de negociação no corpo da interação.....266

CONCLUSÕES.....274
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....283
APÊNDICE.....289

SUMÁRIO EXPANDIDO

INTRODUÇÃO.....19

I. Situando o objeto de estudos.....24

II. Organização da tese.....26

CAPÍTULO 1 - SITUANDO A PESQUISA: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS.....29

1.1. A análise das interações: o plano conceitual.....29

1.1.1. Os princípios elementares das interações.....32

- o quadro contextual.....33

- os sistemas semióticos da interação.....34

1.1.2. As regras do desenvolvimento das interações.....35

- o sistema de turnos de fala.....35

- a organização estrutural das interações.....37

- a relação interpessoal.....41

1.2. A negociação nas ciências sociais e nos estudos interacionistas.....46

- uma postura epistemológica.....47

- uma prática social.....47

- um processo de intercompreensão.....48

- um modelo modular da organização do discurso.....49

- um processo conversacional.....49

1.2.1. A interação como negociação.....50

1.2.2. A noção de negociação conversacional.....51

1.2.2.1. O esquema geral.....53

1.2.2.2. As modalidades de negociação: do ajuste à ausência de acordo.....54

1.2.2.3. As especificidades das negociações conversacionais e comerciais.....56

1.2.2.4. Os objetos da negociação.....58

I. A negociação de opiniões: os eventos argumentativos.....60

II. A negociação da relação interpessoal: a polidez linguística.63

1.3. O cultural nas interações: a perspectiva intercultural.....70

CAPÍTULO 2 – CONCEITUANDO E DELIMITANDO O OBJETO DE ESTUDO: AS INTERAÇÕES DE TRABALHO.....78
2.1. As ligações de televendas: interações verbais e paraverbais.....78
2.2. Que tipo de interação?.....78
2.2.1. As relações de lugar: complementaridade e assimetria.....79
2.2.2. As relações cooperativas.....82
2.2.3. Uma interação com finalidade externa.....82
2.2.4. Uma interação de natureza formal ou informal?.....85
2.3. Interação comercial ou de serviço?.....87
2.4. Televendas, *telemarketing e marketing*: conceituação e aplicações.....90
2.4.1. *Call Center* ou *Contact Center*?.....94
2.4.1.1. A tipologia das operações de teleatendimento.....94
2.4.1.2. A tipologia das operações internas.....95

CAPÍTULO 3: APRESENTANDO O *CORPUS* E A METODOLOGIA.....96
3.1. A constituição do *corpus:* coleta e recorte.....96
3.2. O tratamento do *corpus:* transcrição.....98
3.2.1. A designação dos atores da interação.....101
3.3. A apresentação do *corpus*.....101
3.3.1. Quem interage e de onde falam?: apresentação dos interagentes...103
3.3.2. Quais especificidades contextuais e legais regulam essas interações?.....105
3.3.3. As relações entre o quadro contextual e o parâmetro estrutural.....107
3.3.4. Os domínios temáticos nas ligações brasileiras e francesas.....109
3.4. Os procedimentos metodológicos.....111
3.5. A perspectiva comparativa: a busca por variações e regularidades.....112

CAPÍTULO 4: ANALISANDO OS DADOS E DISCUTINDO OS RESULTADOS..118
I. O desfecho das interações.....119
4.1. As ligações de televendas: desfechos positivo, negativo e inconclusivo.....119
II. A sequência de abertura 125
4.2. Como engajar o cliente potencial na ligação de televendas?.....126
4.2.1. A abertura da sequência:.....128

- a abertura do canal e as saudações.....128
- a abordagem dos clientes identificados (*summons*).....135
- a reação dos clientes.....137
- os clientes não-identificados.....140
- a apresentação dos operadores.....142
- a apresentação das empresas.....146
- as perguntas de saudação (*greeting questions*).....147
- a intervenção avaliadora.....149
4.2.2. As estratégias de incursão.....152
4.2.2.1. As construções justificadoras.....153
4.2.2.2. As perguntas de captação.....174
4.3. As modalidades de negociação na sequência de abertura.....181
4.4. As sequências de abertura e os desfechos: possíveis correlações?.....205
III. O corpo da interação.....209
4.5. A desconstrução do dissenso no corpo da interação.....209
4.5.1. As estratégias discursivas mobilizadas pelo operador.....209
4.5.1.1.Os procedimentos de persuasão.....211
- a concessão.....212
- a analogia.....215
- o argumento por comparação.....217
- o discurso reportado.....219
- as perguntas didáticas.....222
- o argumento de testemunho.....223
- o argumento pragmático.....224
- a regra de escassez.....225
- a regra da urgência.....227
- a apresentação de alternativas.....228
- o argumento de autoridade.....230
- a regra de especialidade.....232
- as marcas de apreciação.....233
- os enunciados de insistência.....235
4.5.1.2. Os procedimentos de polidez.....242
I. Os procedimentos de polidez negativa.....246

- o uso de fórmulas apelativas e de formas de tratamento.....246
- as partículas discursivas e expressões de controle de contato.....249
- os minimizadores.....251
- a modalização 253
- o uso de desatualizadores modais e temporais.....257
II. Os procedimentos de polidez positiva.....260
- as expressões de concordância e a manifestação de interesse.....261
- os elogios.....263
4.5.2. A argumentação e a polidez: uma dinâmica pendular.....265
4.6. As modalidades de negociação no corpo da interação.....266

CONCLUSÕES.....274
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....283
APÊNDICE.....289

INTRODUÇÃO

Esta tese propõe uma reflexão sobre o funcionamento das interações verbais e tem por objetivo analisar interlocuções de venda à distância, nas línguas-culturas francesa e portuguesa do Brasil, a fim de compreender como se realiza a gestão do dissenso[1] em ligações telefônicas de televendas mediante a observação das estratégias discursivas mobilizadas pelo operador, responsável pela inauguração do evento comunicativo, para reverter as dissensões manifestadas pelo cliente[2] diante da operação comercial. Verificaremos, ainda, como se delineiam as relações de dominância nessa situação de comunicação examinando as modalidades de negociação decorrentes do jogo de poder que se estabelece entre os interagentes nela implicados.

As interações com fins transacionais de que trata esta pesquisa apresentam uma característica particular, uma vez que se realizam à distância e via telefone. Nesse sentido, ainda que o objetivo global da totalidade das interações transacionais seja único, a saber, realizar a venda de um produto ou serviço, no caso em questão, as condições apontam, de antemão, para a necessidade do desenvolvimento de uma abordagem comercial estratégica a fim de levar o interlocutor a consentir o estabelecimento da interação, pois, nas ligações de televendas, há uma inversão preliminar de interesses: não se trata do cliente que, motivado por um desejo de compra, decide deslocar-se para adquirir algo mediante uma operação comercial, o que denota, a princípio, uma conjuntura favorável ao comerciante; mas, ao contrário, cabe ao operador de televendas assumir a iniciativa de contatar um cliente potencial, com quem nunca manteve nenhum tipo de contato, no intuito de levá-lo à compra de um produto ou serviço, sem que este tenha manifestado, obrigatoriamente, o desejo de fazê-lo. Cabe destacar que as ligações telefônicas, independentemente de sua natureza, representam uma invasão ao território do indivíduo solicitado, aspecto que se agrava ainda mais quando se considera toda a representação negativa que envolve, ao menos nas culturas sobre as quais se realiza a presente pesquisa, as ligações de televendas.

---

[1] Entendemos por dissenso a falta de entendimento ou a divergência de opiniões e de interesses.

[2] O termo cliente designa, neste estudo, o cliente potencial alvo de um sistema de venda por prospecção. Consideramos que o indivíduo solicitado torna-se cliente ao atender ao telefone, independentemente do êxito da interação.

Nesse método comercial, portanto, o operador ocupa, supostamente, uma posição desfavorável antes mesmo da realização do primeiro contato com o cliente devido ao desencontro de interesses. Todavia, ao considerar-se as condições interacionais em que se encontram esses interagentes, há uma certa disparidade inicial que pode favorecer o operador: por ser o responsável pela inauguração do evento comunicativo, tem a vantagem de poder preparar-se e, assim, antecipar as possíveis reações de seu interlocutor - além de ter acesso a um *script,* ou seja, um roteiro que o orienta em sua atuação, complementado por um argumentário, ou argumentações de venda para convencer o cliente, desenvolvido, especialmente, para auxiliá-lo a atingir do modo mais efetivo e rápido possível seu objetivo, possui, ainda, experiência em contatar pessoas via telefone. Já, o cliente, em geral, é implicado na interação de forma inesperada, sem o seu consentimento, e ocupa, por conseguinte, uma posição, a princípio, desfavorável. Se, por um lado, a conjuntura inicial favoreça uma atuação mais influente do operador, pois é aquele que, predominantemente, introduz os tópicos discursivos, inicia e desenvolve os turnos de fala reservando, desse modo, ao interlocutor o papel de reagente, de outro, o cliente pode tentar reverter a situação e impor-se como regente da interação, afinal, o êxito da operação de televendas está subordinado à sua decisão.

Nesse sentido, embora haja uma estrutura pré-estabelecida no contexto em que se realizam as ligações de televendas, há sempre esse jogo variável de dominância que deixa evidente o caráter processual dessa troca comunicativa. A relação de força que envolve o operador e o cliente está sujeita a uma série de variáveis (reações dos interlocutores, nível sociocultural, duração da interação, etc.) que transformam a captação de clientes por telefone em um verdadeiro acontecimento em vias de construção e com desfecho imprevisível. A variação é, portanto, parte constitutiva dessa situação de comunicação.

Antes mesmo da realização da interação, o operador tem consciência da existência de um dissenso prévio, uma vez que o interlocutor-alvo é transformado, à sua revelia, em cliente potencial, o que provoca, de antemão, um conflito de interesses, pois, *a priori,* não escolheu ser engajado em uma ação de fim comercial. Além disso, ainda que transponha esse desacordo inicial, via de regra, uma nova dissensão materializa-se diante do operador no instante em que o cliente é confrontado com os objetivos da interação e é consultado a respeito da aceitação da

proposta. Assim, pretendemos observar, nesse cenário de descompasso interacional, o modo pelo qual o operador atua para:

1. desconstruir o dissenso preliminar que envolve as interações de televendas e engajar o cliente na interação;
2. reorientar o cliente, em situação de dissenso produzida no decorrer da ligação, para o propósito central da ação comercial e tentar convencê-lo da real atratividade de sua proposta.

Nessa perspectiva e considerando os nossos propósitos, nos dedicaremos a observar dois pontos determinantes da ligação de televendas: a sequência de abertura e o corpo da interação.

A sequência de abertura configura-se como a etapa fundamental para a realização da interlocução, pois é o momento em que os interagentes estabelecem o seu primeiro contato, as relações delineiam-se, entrelaçam-se e determinam a qualidade da relação interpessoal. Assim, o desenvolvimento de toda a interação está subordinado ao seu êxito, sobretudo no caso das ligações de televendas. Nesse sentido, a sequência de abertura é fundamental à compreensão do modo pelo qual o operador leva o cliente a engajar-se na interação para conduzi-lo, posteriormente, ao seu cerne.

Consideramos que a tomada de contato entre os interlocutores inicia-se pelo toque da ligação telefônica atendida pelo possível cliente e finaliza-se a partir do momento em que, após a explicitação do objetivo da interação, seja ele verídico ou dissimulado, o cliente dá continuidade ao processo comunicativo. Assim, analisaremos, inicialmente, como o operador reverte o dissenso preliminar que repousa sobre essas operações observando quais estratégias mobiliza para envolver o cliente na interação.

Desconstruído o primeiro dissenso e estando, portanto, o cliente engajado na situação de comunicação, voltaremos nossa atenção para as sequências integrantes do corpo da ligação no intuito de verificar como o operador organiza o seu discurso ao apresentar-se um desalinhamento entre os seus interesses e os do cliente, o que provoca a instauração de uma atmosfera de dissensão e a manifestação de objeções entre os interactantes. Assim, observaremos quais estratégias discursivas mobiliza o operador a fim de desconstruir esse novo dissenso e reorientar o interlocutor para o propósito central da interação.

Haja vista o jogo de interesses que envolve essas interlocuções, propomo-nos, ainda, a investigar as modalidades de negociação delineadas a partir da relação de lugares estabelecida entre os interlocutores ao longo dos eventos de dissensão.

Trata-se de descrever comportamentos interacionais no interior dessa situação social a partir de uma abordagem comparativa a fim de revelar possíveis similitudes ou dissemelhanças entre as línguas portuguesa e francesa.

Partimos da hipótese de que, dadas as especificidades de ambas as culturas, ainda que sejam ocidentais e compartilhem certos referenciais, brasileiros e franceses procedam de modo diverso diante de uma situação de dissensão. Assim sendo, a expressão do desacordo ocorreria de forma mais explícita na França e, em território brasileiro, se construiria de modo mais dissimulado e ritualizado. Como a efetivação do objetivo comercial da interação é um grande desafio para o operador, pois deve convencer o cliente a aderir às suas propostas, acreditamos que as reações do interlocutor alvo da ação comercial o influenciam diretamente e modificam seu comportamento mais do que em qualquer outra interação. Com base nessas considerações, defendemos a tese de que os operadores de televendas desenvolvam abordagens e empreguem estratégias discursivas de natureza diversa no Brasil e na França e, além disso, no que se refere às modalidades de negociação, que haja a manifestação de relações interacionais, em contexto francês, marcadas por uma maior disputa das posições de liderança.

Assim sendo, as indagações subsequentes norteiam esta pesquisa:

- Quais estratégias são mobilizadas pelo operador na sequência de abertura para engajar o cliente na interação em contexto brasileiro e francês? Há similitudes e/ou disparidades entre elas? Caso haja descompassos, que tipos de procedimentos, ou negociações conversacionais, são mobilizados até o restabelecimento do equilíbrio interacional? Ao considerar-se a relação de lugares estabelecida entre os interlocutores na sequência de abertura, que modalidades de negociação constroem-se nesse ponto da interação?

- Encerrada a abertura e estabelecido o contato, quais mecanismos linguístico-discursivos são explorados pelos operadores brasileiros e franceses quando o cliente mostra-se relutante às suas intenções? Há similitudes ou variações entre eles? Quais modalidades de negociação são desencadeadas nessa conjuntura de disputa de interesses?

Julgamos relevante a realização de uma análise comparativa da gestão do dissenso e das modalidades de negociação nas línguas portuguesa e francesa por colocar em foco o funcionamento do discurso e a descrição de ambos os sistemas linguísticos, o que permitirá melhor compreender como se estabelecem as relações interpessoais em cada uma das culturas, levando os interlocutores, a partir do desenvolvimento de um olhar mais coerente sobre si e o outro, a atenuar ou evitar possíveis conflitos em uma situação de contato intercultural. Ao identificarmos as similitudes e assimetrias entre essas línguas, esperamos fornecer parâmetros para uma melhor manutenção da interação que poderia não ter uma realização harmoniosa nem um desfecho positivo por desconhecimento de variações culturais que afetariam o desenvolvimento do discurso.

Este estudo justifica-se pela carência de pesquisas que desenvolvam um exame comparativo das línguas em questão, sobretudo no que se refere às interações de trabalho (cf. I. Situando o objeto de estudos), apesar da intensa relação econômica[3] existente entre ambas as culturas, além de suas conexões políticas, educacionais, científicas, culturais, intelectuais e institucionais. Nesse sentido, no próximo tópico, apresentaremos um histórico dos estudos que se debruçaram sobre as interações de trabalho no Brasil e na França, mais precisamente dos que se ocuparam de interlocuções via telefone, sobretudo, de ligações de televendas.

---

[3] Segundo a Embaixada da França no Brasil, em artigo publicado em 2018, 500 empresas francesas estão presentes em território brasileiro, criando cerca de 500.000 empregos, além de a França encontrar-se no pelotão de liderança dos países que investem no Brasil com investimentos que visam a conquistar mercado na área de serviços e não deslocalizar. O Brasil representa, ainda, o principal mercado latino-americano para a França, absorvendo mais de um terço (36%) das exportações francesas para a região. Exporta para o Brasil bens de equipamento – máquinas e ferramentas utilizadas no processo de produção – em especial, aviões, equipamentos para automóveis, automóveis e preparações farmacêuticas. Além disso, de acordo com a Embaixada do Brasil em Paris, a França é um dos principais parceiros comerciais brasileiros. Em 2018, a corrente de comércio bilateral superou US$ 06 bilhões. O país foi a 21º principal cliente do Brasil e o 10º principal fornecedor. A crescente presença de empresas francesas no território brasileiro ajuda a explicar a intensidade das trocas comerciais entre os dois países. São quase 500 delas instaladas no Brasil, dentre as quais 38 do CAC (índice que congrega as 40 maiores empresas abertas cotadas na Bolsa de Paris). Em 2016, a França foi a 5º maior investidor estrangeiro no Brasil, com cerca de US$ 2,0 bilhões. O estoque de investimentos franceses no Brasil supera US$ 20 bilhões, abrangendo setores como o comércio varejista, eletricidade, telecomunicações, automóveis, metalurgia e tecnologia da informação. Todavia, há um desequilíbrio nessa relação, uma vez que os investimentos brasileiros na França são, até o momento, modestos representando cerca de US$ 1 bilhão e resumindo-se a, aproximadamente, 40 empresas.

I. Situando o objeto de estudos

O estudo das interações de trabalho ainda são tímidos no Brasil se comparados ao contexto francês, dado que as investigações relacionadas a esse âmbito na França constituíram verdadeiros domínios de pesquisa, como as interações em situação de trabalho e as relacionadas ao mundo dos negócios. No que se refere às situações de trabalho, especificamente, às interações de comércio e serviços, universo em que se insere esta pesquisa, elas podem ser agrupadas em duas categorias: as abordagens sociológicas, etnológicas e psicossociológicas e, ainda, as abordagens linguísticas e interacionistas. Enquanto as primeiras têm como objetivo principal analisar o trabalho em seus aspectos institucionais e organizacionais, as relações com os locais de trabalho e seus artefatos e as relações de linguagem, as últimas representam os estudos relativos, precisamente, às interações em locais comerciais. Kerbrat-Orecchioni & Traverso (2008, p. 10) apresentam uma ampla relação de pesquisas desenvolvidas nesse domínio.

No Brasil, há um crescente interesse pela análise da fala-em-interação institucional. Assim, muitos trabalhos contemporâneos ocupam-se das interações em cenários institucionais a partir do arcabouço teórico da Análise da Conversa Etnometodológica (ACE), o que resultou em várias teses e dissertações de mestrado[4]. Em relação, especialmente, às interações de serviço em locais comerciais, em levantamento efetuado no catálogo de teses da CAPES[5] (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pelas palavras-chave “interações de serviço” ou “interações comerciais”, encontramos somente dois estudos desenvolvidos nessa esfera, a saber, Fischer (1987) e Bolivar (2008)[6].

No intuito de apresentar um breve estado da arte das pesquisas brasileiras e francesas sobre as interações de serviço que ocorreram, especificamente, via telefone a fim de relacioná-las com o presente estudo, efetuamos um levantamento de dados no início de 2019 no catálogo digital de teses francesas[7] bem como no catálogo de teses da CAPES pelas palavras “televendas” e “telefone”.

---

[4] Del Corona (2000), Ostermann (2002), Barbosa (2003), Oliveira e Pereira (2005), Silveira e Gago (2005), Garcez (2006), Freitas (2006), Rosa (2008), Silveira e Magalhães (2008), Freitas e Machado (2008) e Loder (2008).

[5] https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses

[6] Os estudos referidos nesse tópico serão apenas mencionados e não estarão reportados na bibliografia.

[7] http://www.theses.fr/

Assim, obtivemos, em contexto francês, um total de 23 pesquisas catalogadas pela palavra-chave *télévente*, porém, nenhuma pertencente ao domínio das Ciências da linguagem, estando relacionadas às áreas de Ciências da gestão, Direito privado, Ciências da informação e da comunicação, Psicologia, Ciências jurídicas e Direito dos negócios.

Em uma nova tentativa, efetuamos o mesmo processo com a palavra *téléphone*, muito mais abrangente, ocasião na qual obtivemos 1562 resultados. Somente 7 deles estavam atrelados às áreas de Língua e Linguística: há os estudos voltados para a Análise Conversacional, como o de Akers-Porrini (1997, 2000), que se interessou pelo o que chamou de "visita telefônica" bem como pelo papel do gênero nessas interações, o trabalho de Thomsen (2000), que desenvolveu estudos referentes às interações telefônicas de negócios e, ainda, o de Greco (2012), que realizou uma análise das práticas discursivas nas ligações do SAMU (*Service d'Aide Médicale Urgente*)[8]. Propondo uma abordagem comparativa, encontramos os estudos de Schmale (1995), a respeito da intercompreensão entre as línguas alemã e francesa, Azimi-Meibodi (1997), que desenvolveu uma análise contrastiva de práticas comunicativas iranianas e francesas, Compagnone (2011), com seu estudo sobre as mensagens de texto nas línguas italiana e francesa e, por fim, Palisse (2004), que propôs uma análise comparativa intracultural das interações telefônicas de trabalho que ocorrem em empresas francesas de muito pequeno, pequeno e médio portes. Nenhuma delas elege as línguas portuguesa e francesa como objeto de estudo em contatos telefônicos.

Podemos citar, ainda, os estudos sociológicos que abordaram o telefone no âmbito do trabalho (BEAUD & FLICHY, 1980) e seu uso na vida privada (BORNOT e CORDESSE, 1981), bem como os etnológicos, em que o telefone é percebido como um elemento chave da relação social, como propôs Manceron (1997), que analisou o uso do aparelho dentro de um grupo de jovens parisienses. Além disso, destacamos as investigações produzidas pelo grupo Linguagem e Trabalho (*Langage et Travail*), que reúne, há cerca de três décadas, pesquisas provenientes de diferentes correntes, como sociologia, psicologia, ergonomia ou linguística.

Realizamos, em seguida, um levantamento de dados em contexto brasileiro, no mesmo período, procedendo exatamente do mesmo modo. Em relação à primeira

[8] Serviço de Atendimento Móvel de Urgência.

verificação, 134 pesquisas estão catalogadas pela palavra-chave “televendas” e estão relacionadas, em sua maioria, às áreas de Administração, Saúde coletiva, Fonoaudiologia, Psicologia e Sociologia, e 9 delas desenvolveram pesquisas na área da Linguística, porém, nenhuma propôs um estudo comparativo em ligações de televendas nas línguas portuguesa e francesa. Enquanto alguns trabalhos destinam-se aos estudos da prosódia (CORADI, 2003; QUEIROZ, 2004; BRITO, 2007), outros ocupam-se das práticas de linguagem em situação de trabalho (ALGODOAL, 2002; LAU, 2005), das estratégias de serviço no atendimento ao cliente (SILVA, 2004; ROMANI, 1998), da polidez linguística (CIRELLI, 2005) e, ainda, do uso do gerúndio (TORRES, 2009).

Ao verificarmos, no mesmo banco de dados, as pesquisas catalogadas pelo termo “telefone”, obtivemos 1150 resultados, todos relacionados às áreas de Administração, Enfermagem, Medicina e Comunicação. Nenhuma delas contemplou, portanto, estudos no âmbito da Linguística.

Nesse sentido, a pertinência de nossa pesquisa justifica-se pela carência de investigações referentes às interações de trabalho e que tenham como objeto de estudo ligações de televendas em uma perspectiva comparativa que envolva as línguas portuguesa e francesa. Além disso, como há, sobretudo em francês, estudos[9] que abordaram interações comerciais realizadas *in-loco,* surgiu o interesse de analisar um *corpus* constituído por interlocuções com fins comerciais que ocorressem à distância, como é o caso das ligações de televendas.

II. Organização da tese

No primeiro capítulo, traçaremos um histórico a respeito da perspectiva interacionista fundamentando-nos em Kerbrat-Orecchioni (1990, 1992, 2005) e Traverso (1999) a fim de definir o quadro teórico-metodológico no qual se desenvolve esta pesquisa. Ainda, como propomos uma análise que parte da manifestação de um desacordo que tem o intento de observar os mecanismos discursivos, ou negociações conversacionais, colocados em prática pelo operador no intuito de reverter a dissensão, discutiremos a respeito das diferentes noções

[9] (Cf. KERBRAT-ORECCHIONI & TRAVERSO, 2008, p. 10).

teóricas que envolvem o termo negociação nas ciências sociais e nos estudos interacionistas e, em seguida, sobre a noção de interação enquanto negociação.

Por se tratar de um elemento primordial aos nossos estudos, discutiremos, igualmente, acerca da noção de negociação conversacional demonstrando o seu esquema geral, conforme propõe Kerbrat-Orecchioni (1984, 2005), e estabeleceremos as categorias de análise, ou as modalidades de negociação, a partir das quais se observará a relação de lugares delineada com base no jogo interacional que envolve o operador e o cliente. Destacaremos, ainda, as especificidades que envolvem as negociações comerciais e conversacionais, uma vez que ambas são solicitadas no âmbito deste estudo, bem como a diversidade de objetos sobre os quais as negociações conversacionais podem ser aplicadas, a saber, o conflito de opiniões, que envolve o emprego de procedimentos argumentativos e, também, a relação interpessoal, que se refere às estratégias de polidez. Haja vista a importância desses tópicos para a análise proposta, as discutiremos com maior profundidade baseando-nos, inicialmente, nos estudos de Plantin (1996) e Doury (2016) e, em seguida, no tocante à polidez linguística, nos pressupostos teóricos de Brown e Levinson (1987 [1978]), complementados por Kerbrat-Orecchioni (1992). Concluiremos o primeiro capítulo destacando a importância dos estudos interculturais e tratando da origem do termo intercultural (COEN-EMERIQUE, 2011), das concepções que o envolve nos dias atuais, de interculturalidade, conforme propõe Blanchet (2004), e de competência intercultural, segundo Byram (2011) e a UNESCO[10] (2013), os relacionando à perspectiva interacionista.

No segundo capítulo, discutiremos a respeito das interações de trabalho, domínio em que se inserem as interlocuções examinadas, no intuito de explicitar suas particularidades. Para tanto, nos embasaremos nos estudos desenvolvidos por Vion (2000 [1992]) a respeito das tipologias das interações. Em seguida, nos ocuparemos da conceituação e das aplicações dos termos televendas, *telemarketing e marketing* e dos tipos de operações comerciais que envolvem as atividades de *Call Center* ou *Contact Center*, mais precisamente, das especificidades das operações de teleatendimento.

[10] Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura.

No terceiro capítulo, apresentaremos, inicialmente, os critérios utilizados no processo de coleta e recorte dos *corpora,* assim como as normas de transcrição empregadas. Passaremos, em seguida, à apresentação dos dados sobre os quais se fundamenta este estudo apresentando seus interagentes e o perfil das empresas nele envolvidas. No intuito de oferecer uma melhor compreensão das condições de realização das interações sob análise, discutiremos, ainda, a respeito das relações existentes entre o quadro contextual e o parâmetro estrutural que caracterizam as ligações de televendas e, em um segundo momento, descreveremos os domínios temáticos desenvolvidos pelos interlocutores, dado que o objeto das interações difere, apresentando suas variações e similitudes. Encerraremos este capítulo explicitando os procedimentos metodológicos adotados na investigação dos *corpora*, bem como os princípios da perspectiva da análise comparativa (OLESKY, 1989; BLUM-KULKA et al., 1989), âmbito em que se enquadra esta pesquisa.

No último capítulo, efetuaremos o exame dos *corpora* observando como o operador procede para conquistar a cooperação do cliente e convencê-lo da atratividade de sua proposta a fim de, em um primeiro momento, levá-lo a participar da interação e, em seguida, conduzi-lo ao objetivo central da ligação de televendas por meio da desconstrução de suas objeções; além disso, verificaremos a relação de lugares constituída entre os interagentes ao longo desse processo. Haja vista os propósitos explicitados, a análise se concentrará, inicialmente, na observação da sequência de abertura, ocasião em que o primeiro ato de cooperação concretiza-se, dada a situação preliminar de dissenso que envolve as interações dessa natureza, e se focalizará, posteriormente, nas ocorrências que se apresentam no corpo da interação. Com a finalidade de discutir os resultados das análises de forma dinâmica, optamos por organizá-los de modo integrado, ou seja, relacionando, prontamente, as similitudes e variações encontradas nas línguas portuguesa e francesa no que tange às estratégias de desconstrução do dissenso e às modalidades de negociação.

CAPÍTULO 1 - SITUANDO A PESQUISA: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS

1.1. A análise das interações: o plano conceitual

Com o propósito de identificar as regras que fundamentam o funcionamento das trocas comunicativas, o domínio das interações verbais, âmbito de análise em que se inscreve esta pesquisa, parte do princípio de que a observação de situações de comunicação cotidianas configura-se como o meio de compreender os usos da linguagem. Nesse sentido, a abordagem interacionista dá prioridade aos discursos dialogais orais naturais, que devem ser registrados e minuciosamente transcritos a fim de constituírem o *corpus* a partir do qual se efetuará um estudo indutivo, ou seja, conduzido pelos dados, no qual se observará fenômenos significativos no intuito de descrevê-los.

O reconhecimento da conversação[11] pela Linguística enquanto objeto de estudos ocorreu tardiamente, uma vez que a análise de discursos escritos e monologais predominou nessa área, ao menos no cenário francês, até os anos 80. De acordo com Catherine Kerbrat-Orecchioni,

> foi preciso aguardar o fim dos anos de 1960 nos Estados Unidos e, na França, os anos de 1980, para que a conversação fosse considerada digna de acesso, indo além de observações "superficiais" com as quais, até então, teve que se contentar, à dignidade de um objeto científico; para que se decidisse apreender a língua através de suas realizações em meio natural, ou seja, analisar de muito perto, com base em registros de dados "autênticos", o funcionamento das trocas linguageiras efetivamente atestadas[12] (...) (KERBRAT-ORECCHIONI, 2005, p.9)[13].

---

[11] Compreendemos que o termo conversação faz referência a todos os tipos de interações.

[12] Todas as citações e exemplos presentes no corpo do texto originalmente redigidos em língua estrangeira foram traduzidos pela autora desta tese.

[13] Il a fallu attendre la fin des années 1960 aux États-Unis, et en France, les années 1980, pour que la conversation soit jugée digne d'accéder, au-delà des observations "superficielles" dont elle a dû jusqu'alors se contenter, à la dignité d'un objet scientifique; pour qu'on se décide à appréhender la langue à travers ses réalisations en milieu naturel, c'est-à-dire à analyser de très près, sur la base d'enregistrements de données "authentiques", le fonctionnement d'échanges langagiers effectivement attestés (...).

Assim, é no início dos anos 70 que se assiste ao surgimento da análise das interações enquanto campo de pesquisa e que as conversações tornam-se objeto de uma investigação sistemática. Apresentando-se sob formas variadas e ligadas a diferentes disciplinas, possui como principais domínios fundadores as abordagens psicológicas, sociológicas, filosóficas e linguísticas[14].

O interacionismo em psicologia é representado, sobretudo, pela Escola de Palo Alto (Paul Watzlawick et al.) cujos objetivos são, principalmente, de ordem terapêutica. Ocupa-se, por exemplo, do estudo de casos de esquizofrenia, disfunção diversa, entre outros.

O enfoque etno-sociológico, mais importante e diverso, constitui-se (1) pela etnografia da comunicação (Dell Hymes[15], John Joseph Gumperz[16]), que defende a necessidade de estudar-se os comportamentos comunicativos e o funcionamento da linguagem em situação, interessando-se pelos eventos de comunicação, partindo do princípio de que falar não significa apenas ser capaz de produzir e interpretar um número infinito de frases bem formadas, como preconizava Noam Chomsky, mas dominar as condições de utilização das possibilidades oferecidas pela língua, o que levou à definição da noção de competência comunicativa, compreendida como o conjunto de atitudes que permitem ao locutor comunicar-se com eficácia em situações culturalmente específicas; (2) pela etnometodologia, fundada por Harold Garfinkel, que consiste em descrever os métodos utilizados pelos membros de uma sociedade para gerir os problemas comunicativos presentes na vida cotidiana; no seio dessa corrente, desenvolveu-se, sob a influência de Harvey Sacks e Emanuel Schegloff, a corrente da análise conversacional, domínio autônomo de pesquisa, cujo objetivo é descrever o desenvolvimento das conversações cotidianas em situação natural; por fim, (3) a microssociologia de Erving Goffman que, embora não tenha fundado, verdadeiramente, uma escola, contribuiu decisivamente com o estudo etológico das comunicações da vida cotidiana desenvolvendo aspectos essenciais para a análise pragmática das interações, como os rituais, os quadros participativos e a representação dramatúrgica.

---

[14] Para uma exposição completa das diferentes correntes que integram o campo disciplinar da análise das interações, conferir Kerbrat-Orecchioni (1996) e Véronique Traverso (1999).

[15] Hymes propôs o primeiro modelo destinado à descrição das situações (SPEAKING) que inspirou grande parte dos utilizados na atualidade para descrever dados situacionais.

[16] Gumperz dedicou seus primeiros trabalhos ao estudo do contato de línguas e aos fenômenos de alternância.

O domínio da filosofia contribuiu com o desenvolvimento de importantes noções utilizadas na análise das conversações, como o ato de linguagem, elaborado no quadro da filosofia analítica anglo-saxônica por John Austin e John Searle, o jogo de linguagem, desenvolvido por Ludwig Wittgeinstein, ou as máximas conversacionais de Herbert Paul Grice - qualidade, quantidade, relação e modalidade – consideradas, por muitos teóricos, precursoras dos estudos da polidez linguística.

A abordagem linguística é, especialmente, representada pelos pesquisadores do escola de Genebra, Eddy Roulet, Antoine Auchlin, que se empenharam nos estudos interacionistas e passaram a priorizar as produções autênticas, os discursos orais e dialogais, considerados como forma primordial de realização da linguagem. Esses estudiosos preconizam, ainda, que as construções teóricas devem ser colocadas a serviço dos dados e não o contrário. Embora a noção de interação tenha sido proveniente da sociologia americana, a partir dos anos 80, o desenvolvimento da linguística interacionista francesa é favorecida por tradições bem estabelecidas, como a linguística da enunciação (representada, entre outros, por Charles Bally, Émile Benveniste e Antoine Culioli), a análise do discurso (sobretudo com Michel Pêcheux), a gramática do oral (Claire Blanche-Benveniste et al.) e a análise das interações verbais (Catherine Kerbrat-Orecchioni).

Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 9) destaca, sumariamente, as diferentes inovações teóricas que contribuíram para o desenvolvimento da linguística interacionista: com a análise do discurso, o interesse pela sequência de frases, e não mais pela frase como unidade pertinente; com a abordagem enunciativa, o entendimento de que enunciados são realidades determinadas por suas condições contextuais de produção e recepção, e não mais entidades abstratas; com a abordagem filosófica, a teoria dos atos de linguagem, que concebe a ideia de que dizer é transmitir ao outro algumas informações sobre o universo de referência, mas também fazer, ou seja, tentar influenciar o outro e transformar o contexto interlocutivo.

O postulado de base da abordagem interacional preconiza que “todo discurso é uma construção coletiva[17]” (Kerbrat-Orecchioni, 1990, p. 13). Assim, uma interação é um evento comunicacional variável que se constrói pelo intermédio de uma

[17] “tout discours est une construction collective.”

colaboração mútua e envolve, ao menos, dois interlocutores que agem um sobre o outro continuamente. Como o processo interacional é co-construído, é importante lembrar que os papéis interlocutivos modificam-se incessantemente no decorrer da interação, já que se trata de uma realização dinâmica.

De acordo com Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 17), a ideia que subjaz a noção de interação é a seguinte: "ao longo de uma troca comunicativa qualquer, os diferentes participantes, ou *interactantes*, exercem uns sobre os outros uma rede de *influências mútuas*[18] – falar é interagir, e é mudar interagindo[19]". Assim, os eventos comunicativos estão em uma relação de determinação mútua que se desenvolve de modo sucessivo e simultâneo, uma vez que esses eventos não são lineares, mas conduzidos por um sistema de antecipação e retroação em que os interagentes ajustam-se e harmonizam, continuamente, seus comportamentos respectivos.

Assim, apesar de sua aparente desordem, "as interações são organizadas, construídas e interpretadas com o auxílio de um conjunto de regras que se aplicam, em um *quadro* contextual dado, a um *material*[20] de natureza semioticamente heterogênea (unidades verbais, paraverbais e não-verbais)[21]" (KERBRAT-ORECCHIONI, 1990, p. 75). Ainda que seja em um nível muito geral de seu funcionamento, a fim de evidenciar os diferentes sistemas de organização que envolvem as interações, objeto sobre o qual se fundamenta este estudo, discutiremos, a seguir, a respeito de seus princípios elementares, a saber, o quadro contextual, os sistemas semióticos e suas regras de desenvolvimento, como propõe Kerbrat-Orecchioni (ibid.).

1.1.1.Os princípios elementares das interações

Embora as regras fundamentais das interações sejam amplamente conhecidas e discutidas em estudos linguísticos e pragmáticos, haja vista sua relevância para as análises interacionais, como esses preceitos de base emergirão

---

[18] Grifos da autora.

[19] "tout au long du déroulement d'un échange communicatif quelconque, les différents participants, que l'on dira donc des '*interactants*', exercent les uns sur les autres un réseau d'*influences mutuelles* – parler, c'est échanger, et c'est changer en échangeant."

[20] Grifos da autora.

[21] "les interactions sont construites et interprétées à l'aide d'un ensemble de *règles* qui s'appliquent, dans un *cadre* contextuel donné, sur un *matériau* de nature sémiotiquement hétérogène (unités verbales, paraverbales, et non verbales)."

ao longo deste estudo e entrarão no horizonte das análises (cf. Capítulo 4), apresentaremos, sumariamente, seus princípios elementares.

- O quadro contextual

Como a abordagem interacionista tem como objeto de estudo discursos atualizados em situações de comunicação concretas, Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 76-81) define os principais elementos que participam de sua composição: (1) o lugar, que se subdivide em quadro espacial – características físicas do local em que se desenvolve a interação bem como sua função social e institucional – e quadro temporal – a adequação do discurso ao lugar e também ao momento; (2) o objetivo da interação, que pode ser global (ex.: realizar compras), ou mais específico, que corresponde a cada ato de linguagem realizado no decorrer da interlocução (ofertar, aceitar, discordar, negociar, etc.); (3) os participantes, que podem ser considerados a partir de seu número, suas características individuais (idade, sexo, profissão, etc.) e relações mútuas (familiar ou profissional, com ou sem hierarquia, etc.).

Por considerar o quadro participativo o aspecto mais importante da situação de comunicação, Kerbrat-Orecchioni (ibid., p. 86-100) explora-o com maior profundidade e destaca ainda:

a) os papéis interlocutivos da interação: toda troca comunicativa implica a existência de um enunciador, aquele que está com a palavra, e de um/ou vários enunciatário(s), aquele(s) a quem a mensagem dirige-se, que dela participa(m) ativamente, pois, mesmo ao estar apenas ouvindo, emite(m) sinais que comunicam sua adesão ou não à interação;

b) o formato de recepção, ou estruturas de participação, segundo a nomenclatura proposta por seu criador, Goffman (1974), que se subdivide em (1) participantes ratificados (*ratified participants*), ou seja, que fazem parte, oficialmente, do grupo conversacional, composto pelos enunciatários diretos, aqueles que o enunciador admite, abertamente, como seus principais parceiros de interação, e pelos indiretos ou laterais, configuração que ocorre em situações comunicativas em que há mais de dois participantes, podendo o enunciador legitimar alternadamente seu interlocutor-alvo, promovendo uma mudança de posições entre os formatos direto e indireto, ou ainda, referir-se, concomitantemente, a ambos em uma espécie de interpelação coletiva; e (2) os simples espectadores (*bystanders*), aqueles que

somente testemunham a troca conversacional da qual são, em princípio, excluídos, os quais Goffman (1974) classifica em inadvertentes, dos quais o enunciador tem consciência de sua presença no espaço perceptivo, e os sub-reptícios, intrusos que ouvem a mensagem sem que o emissor esteja consciente disso. É possível, ainda, classificar as instâncias de recepção em função de seu grau de presença e de atividade na interação. Kerbrat-Orecchioni (1999, p. 27) apresenta quatro classes de receptores: 1. presente + eloquente (interação oral cotidiana); 2. presente + não-eloquente (a conferência magistral); 3. ausente + eloquente (a comunicação telefônica); 4. ausente + não-eloquente (a maioria das comunicações escritas).

c) o tropo comunicacional: situação na qual um enunciatário direto pode esconder um outro principal, ou seja, o enunciatário-alvo não é aquele ao qual o enunciador refere-se, como ocorre, por exemplo, em entrevistas – embora o objetivo pareça ser a troca comunicativa realizada entre os participantes, a interação ocorre devido a um outro propósito, atingir o público.

A configuração do formato de recepção não é nítida nem constante, uma vez que as fronteiras que separam as diferentes categorias supracitadas são flexíveis e o status interlocutivo dos participantes modifica-se constantemente no decorrer da comunicação.

- Os sistemas semióticos da interação

Os significados que se produzem por meio da linguagem vão muito além do conteúdo verbal das proposições enunciadas, um vez que as interações são constituídas por palavras, mas também por gestos, tom de voz, postura, entonação, pausas, etc.; desse modo, tudo significa, até mesmo o silêncio. As interações são, portanto, constituídas por diferentes sistemas semióticos, a saber, verbal, paraverbal e não-verbal.

Enquanto o material verbal refere-se ao conjunto de unidades que sobressai da própria língua, ou seja, unidades fonológicas, lexicais e morfossintáticas, o paraverbal (prosódico e vocal) acompanha o material linguístico e constitui-se por entonações, pausas, intensidade articulatória, elocução, particularidades da pronúncia, característica da voz, entre outras. As unidades não verbais, ao contrário, são transmitidas pelo canal visual e não são, pontanto, consideradas nesse estudo. Compreendem os sinais estáticos, que se referem a aspectos da aparência física

dos participantes (atributos naturais - idade, sexo, etc., adquiridos – rugas, peso, etc. – ou acrescentados – roupas, acessórios, etc.), aos cinéticos lentos, como a distância, as atitudes e as posturas, e aos cinéticos rápidos, como a troca de olhares, mímicas e gestos.

Segundo os princípios da abordagem interacionista, as interações verbais são rituais sociais, ou seja, representam casos particulares de comunicações sociais que se desenvolvem a partir de regras. Mesmo em situações conflituosas, em que, aparentemente, os participantes distanciam-se dos rituais devido à exaltação que lhes governa são, na verdade, mais organizadas do que parecem.

O objetivo da análise das interações é, portanto, decifrar os fundamentos que guiam o comportamento daqueles que estão engajados em um processo comunicativo a fim de revelar as regras que regem o desenvolvimento das interlocuções. Considerando sua diversidade, Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 157), distingue três grandes categorias que operam em níveis diferentes: (1) as regras que permitem a gestão da alternância dos turnos de fala e determinam, pois, o funcionamento do diálogo; (2) as que regem a organização estrutural das interações verbais e que permitem o sequenciamento de unidades funcionais, como as trocas e a intervenções, interessando-se, assim, pelas organizações sequenciais que os atos de linguagem permitem no discurso; e, (3) aquelas que determinam a construção da relação interpessoal – íntima ou distante, igualitária ou hierárquica, consensual ou conflituosa – que se relacionam ao sistema de polidez em vigor na sociedade considerada e referem-se à relação construída entre os participantes de uma troca comunicativa. A seguir, descreveremos sumariamente essas regras.

1.1.2. As regras do desenvolvimento das interações

- O sistema de turnos de fala

Sacks, Schegloff e Jefferson (1978), apresentaram o primeiro estudo a respeito do funcionamento das regras de tomada e distribuição de turnos nas interações. Estabelecem que o enunciador (E1) tem o direito de fazer uso da palavra durante certo tempo, mas também deve cedê-la em determinado momento; seu sucessor (E2) tem o dever de deixar E1 falar e escutá-lo e, depois de algum tempo,

tem o direito de exigir a palavra e o dever de fazer uso dela quando lhe for concedida.

Segundo Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 160), ainda que a fórmula *ababab* estabelecida pelos autores seja somente apropriada às interações duais, permite ilustrar as três propriedades essenciais desse sistema: (1) a função de enunciador deve ser ocupada, sucessivamente, por diferentes falantes, devendo haver um equilíbrio relativo na duração dos turnos bem como na focalização do discurso, que deve, em princípio, centralizar-se em E1 e E2; (2) um único participante fala por vez para evitar as sobreposições de vozes que, apesar de não serem raras em interações espontâneas, devem ser breves, pois, quando muito frequentes, podem colocar os interagentes em negociação explícita ou implícita, conflituosa ou cordial; (3) há sempre uma pessoa falando, ou seja, os intervalos de silêncio que separam os turnos devem ser reduzidos ao mínimo.

Toda interação apresenta-se, pois, como uma sucessão de turnos de fala, isto é, o mecanismo de alternância de falas ou, ainda, por metonímia, a contribuição verbal de um orador em um determinado momento do desenrolar da interação (ibid., p. 159). Os turnos obedecem a certas regras de alternância evidenciadas a partir de sinais de natureza sintática, prosódica, gestual e/ou postural. Essas regras controlam a organização sequencial da interação e minimizam a presença dos silêncios assim como a sobreposição de falas.

No decorrer do discurso, uma pequena pausa pode ser interpretada como sinal de fim de turno, o que autorizaria o interlocutor a introduzir sua fala. Há, portanto, pontos de transição entre um turno e outro. Ainda que esses sinais conduzam os interagentes ao longo da interação, a existência de conflitos relativos aos pontos de transição não é incomum (sobreposições de fala, interrupções, silêncios embaraçosos, etc.), sobretudo em interlocuções que envolvam participantes de diferentes culturas, uma vez que esses sinais são culturalmente construídos. Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 172) afirma que essas falhas são inevitáveis e frequentes e são provocadas pela falta de clareza a respeito dos sinais sobre os quais repousam as regras de alternância (falha involuntária), ou ainda, quando os participantes da interação não estão dispostos a respeitá-los (violação deliberada das regras). Além disso, os turnos de fala não correspondem sempre a unidades sintáticas completas, são antes unidades interativas, haja vista a importância dos elementos prosódicos, rítmicos, paraverbais e não-verbais utilizados

durante as interações. Desse modo, podem ser constituídos por uma única palavra, uma frase simples ou composta, ou ainda, por um sintagma.

Em análise conversacional, o turno de fala representa a unidade essencial das produções orais dialogadas e denota uma estreita colaboração entre o(s) enunciador(es) e o(s) enunciatário(s), pois o turno do primeiro constrói-se sob a orientação do segundo, em particular por meio do fenômeno de regulação, indispensável para o bom desenvolvimento da interação. A regulação designa toda atividade verbal, vocal e mímico-gestual pela qual o(s) enunciatário(s) monitora(m) a produção dos turnos de fala do enunciador. Embora a distinção entre os turnos de fala e os reguladores não seja facilmente evidenciada, uma série de critérios são utilizados para distingui-los: os regulares são breves, frequentemente produzidos com sobreposição de falas, não contribuem com o desenvolvimento temático da interação e são produzidos com uma intensidade vocal reduzida. A regulação constitui um conjunto de atividades fundamentais de manutenção da interação que monitora, assinalando indicações de atenção, de escuta, de engajamento, de aprovação ou de desaprovação. A compreensão desses sinais, reguladores da interlocução, em contexto intercultural apresenta-se como um grande desafio em razão da sutileza que envolve sua identificação e decodificação.

- A organização estrutural das interações

Além das regras de alternância, as interações também são regidas por mecanismos de coerência interna estabelecidos por regras de coesão sintática, semântica e pragmática. Assim, as intervenções possuem uma relação de dependência condicional que criam “um certo número de restrições e um sistema de expectativas[22]” (Kerbrat-Orecchioni, 1990, p, 194), por exemplo: se *A* pergunta algo a *B*, espera-se, normalmente, que *B* responda. Assim, cada ato de linguagem efetuado abre um paradigma, mais ou menos amplo ou estreito, de encadeamentos possíveis. Cada escolha provoca, portanto, diferentes consequências no desenrolar da interação. A transgressão dessas regras, a depender de sua natureza, ou seja, acidental, sistemática, voluntária, etc., pode ser interpretada de diferentes formas (gracejo, desrespeito, desatenção, etc.). De qualquer forma, trata-se de um

[22] “un certain nombre de contraintes, et un système d’attentes.”

desarranjo, de uma incoerência no encadeamento que pode ocorrer no nível do conteúdo proposicional ou no do ato de linguagem.

Há, ainda, um outro tipo de organização que rege as interações, a estrutural. O interesse em descrevê-las surgiu nos anos 70, com a apresentação do primeiro modelo de análise hierárquica do discurso (SINCLAIR & COULTHARD, 1975) motivado por reflexões referentes às funções da linguagem e pela busca de unidades de análise superiores à frase. Ainda que outras propostas tenham sido apresentadas (cf. EDMONDSON, 1981; VION, 1992), Kerbrat-Orecchioni considera as contribuições da escola de Genebra[23], representada por Roulet, Auchlin e Moeschler, as mais sofisticadas e elaboradas. Uma apresentação simplificada desse modelo[24] seria:

Unidades dialogais	Interação Sequência Troca	Unidades monologais	Intervenção Ato de linguagem

Desse modo, em nível dialogal, ou seja, que envolve, ao menos, dois interlocutores, estabelecem-se as seguintes categorias:

- Interação:

Unidade comunicativa de ordem superior que apresenta uma evidente continuidade interna que se decompõe em sequências;

- Sequência:

Bloco de trocas comunicativas que tratam de um mesmo tema ou estão centradas sobre o mesmo objetivo, ou seja, estão ligadas por um forte grau de coerência semântica e/ou pragmática. De acordo com a natureza da sequência, ora o aspecto semântico, ora o pragmático orientará seu recorte. No âmbito deste estudo, optamos pelo semântico, uma vez que consideramos o cliente

[23] As bases deste modelo são estabelecidas por Roulet (1985). Em seguida, Roulet (1991) e Roulet et al. (2001) apresentam uma evolução marcante, uma vez que são consideradas todas as dimensões da interação (linguística, discursiva, psicológica, etc.) nessa abordagem modular.

[24] A nomenclatura atribuída a cada uma dessas categorias, bem como o seu número, apresenta variações a depender do teórico que as propôs. Desse modo, a essas cinco categorias consideradas as mais fundamentais, dois outros níveis podem integrar-se: a “história conversacional”, unidade hierarquicamente superior à interação, e o módulo, proposto por Vion (1992), categoria intermediária entre a interação e a sequência.

definitivamente engajado na interação ao dar continuidade ao discurso após tomar conhecimento dos motivos da ligação telefônica.

Sacks, Schegloff e Jefferson (1974), determinam que a maioria das interações desenvolve-se em três etapas: a sequência de abertura, o corpo e a sequência de encerramento.

De acordo com Traverso (1999, p. 32), a abertura refere-se ao primeiro contato dos participantes e, na maioria dos casos, inicia-se pelas saudações. Desempenha, desse modo, um papel fundamental para a realização da interlocução, uma vez que, nessa ocasião, uma série de questões são estabelecidas: a abertura do canal de comunicação, o contato entre os interlocutores e o estabelecimento de uma primeira definição da situação. O corpo da interação constitui-se por um número indefinido de sequências de extensão variável e sua composição depende do tipo de interação considerada. O encerramento corresponde ao fim da comunicação e à separação dos participantes. De duração variável, pode compor-se de vários atos para que os interactantes encerrem da melhor forma sua interlocução, como saudações, agradecimentos, votos, projetos, etc. que podem ser empregados reiteradamente. A presença desses atos, bem como a entoação que os interagentes conferiram às suas produções, nortearam o recorte que efetuamos entre o corpo e o encerramento das interações de televendas. Enquanto as sequências de abertura e de encerramento são fortemente ritualizadas, as centrais podem apresentar episódios conversacionais particularmente delicados de gerir.

- Troca:

Menor unidade dialogal, constitui-se de, pelo menos, duas intervenções. Contudo, pode ocorrer que uma troca seja formada por apenas uma intervenção (seja porque se trata de uma intervenção truncada, seja porque é realizada por meios não verbais); quando é constituída por duas intervenções, temos um par adjacente, ou uma troca binária. Por ser a menor unidade dialogal, é considerada fundamental na análise das conversações. Mantém relações de tipo ato iniciativo e ato reativo, que comportam dois enunciados produzidos por locutores diferentes, funcionando de modo que a produção do primeiro participante exerça imposições sobre o ato de linguagem seguinte. Assim, uma pergunta espera uma resposta, uma saudação espera uma saudação, uma crítica, um pedido de desculpas, etc.

Ainda que o locutor tenha várias possibilidades de escolha, há um sistema de preferências que rege a seleção desse enunciado reativo. Nesse sentido, Traverso explicita que

> por 'preferência' designa-se o fato de que certas ações são mais frequentes, estruturalmente mais simples e produzidas mais rapidamente (ações preferidas), enquanto outras são produzidas com maior custo, muitas vezes após um breve silêncio, acompanhado de hesitações e justificativas para a escolha feita (ações não preferidas)[25] (TRAVERSO, 1999, p. 34).

Quando os atos iniciativo e reativo são da mesma natureza (saudação/saudação), o pares adjacentes podem ser classificados em simétricos ou, se forem constituídos por dois atos de natureza diferente (saudação/agradecimento), complementares. Essa distinção traz, no entanto, alguns problemas. Se tomarmos como exemplo o oferecimento, raramente o intercâmbio se reduzirá a um ato iniciativo e reativo, do tipo oferecimento + aceitação/recusa. Em geral, a intervenção iniciativa, nesse caso, abre um tipo de negociação entre os interlocutores que pode estender-se a um número imprevisível de intervenções. Pode-se dizer que, nesses casos, há uma troca estendida ou macrotroca. Além das trocas estendidas e binárias, explicitadas acima, há, ainda, as ternárias, ou seja, constituídas por três intervenções. Demarcar as fronteiras das trocas comunicativas não é tarefa simples, sobretudo no caso das interações autênticas, uma vez que seus limites não são nitidamente marcados, além de possuírem organizações mais complexas[26].

Apesar disso, como no discurso tudo está interligado, pode-se dizer que as trocas conversacionais apoiam-se inteiramente na distinção entre ato iniciativo e ato reativo, pois todo enunciado é, ao mesmo tempo, iniciativo (determina a sequência do discurso) e reativo (determinado pelo discurso anterior). Existem atos que têm mais vocação para desempenhar um papel iniciativo, como as perguntas ou as solicitações, enquanto outros possuem, normalmente, um papel reativo, como as respostas e as refutações. Fala-se de truncamento quando a intervenção reativa esperada não se produz, seja sob forma verbal ou não-verbal, o que pode

---

[25] "par 'préférence' on designe le fait que certaines actions sont plus fréquentes, structurellement plus simples et produites plus rapidement (actions préférées), alors que d'autres sont produites à plus grand frais, souvent après un court silence, accompagnées d'hésitations et de justifications du choix effectué (actions non préférées)."

[26] Para uma apresentação completa da estrutura interna das trocas conversacionais e de sua organização sequencial, cf. Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 234).

configurar-se como uma ofensa conversacional mais ou menos grave (especialmente, se for ou não percebida como proposital).

Já, as unidades monologais, ou seja, construídas por um único enunciador, são compostas pelas unidades subsequentes:

- Intervenção:

É a contribuição de um único enunciador em uma troca particular. São constituídas por atos de linguagem que não são funcionalmente equivalentes, ou seja, em uma única intervenção que comporta vários atos, pode-se distinguir o ato diretor (que dá à interação seu valor pragmático dominante) e um ou vários atos subordinados.

- Ato de linguagem:

Unidade base de uma interação verbal (pergunta, pedido, insulto, etc.); é o menor elemento a realizar pela linguagem uma ação destinada a modificar a situação dos interlocutores. Em nível monologal, o ato de linguagem representa a unidade mínima da gramática conversacional, servindo de base para a configuração de unidades de nível superior, como as intervenções, as trocas, as sequências e as conversações.

Em suma, as unidades de nível monologal são constituídas pelo ato de linguagem, ação verbal mínima efetuada por um enunciador, e a intervenção, composta por um único ato, nos casos mais simples, mas, em geral, por vários atos organizados segundo uma certa hierarquia (ato diretor ou subordinado). O nível dialogal reúne a troca, constituída, minimamente, por duas intervenções (iniciativa e reativa) produzidas por locutores diferentes, a sequência, que comporta uma ou várias trocas ligadas tematicamente e/ou pragmaticamente, e a interação, unidade de nível superior que corresponde ao que acontece desde o primeiro contato até a separação dos participantes.

No interior desse paradigma de encadeamentos virtuais, a escolha de determinado ato dependerá de inúmeros fatores e também terá consequências importantes sobre o desenrolar da interação e, em particular, sobre as relações interpessoais, as quais discutiremos a seguir.

- A relação interpessoal

Além das relações que se estabelecem entre os sistemas internos das interações, os enunciados funcionam, concomitantemente, em dois níveis: o informacional e o relacional. Se a teoria linguística conferiu, durante muito tempo, uma importância quase exclusiva ao nível do conteúdo, muitos estudiosos reconhecem, na atualidade, a relevância das relações interpessoais em seus estudos. Kerbrat-Orecchioni declara que,

> é evidente que a importância relativa aos dois níveis, do conteúdo e da relação, varia de acordo com o tipo de interação e de sequência prevista nessa interação; que uma teoria satisfatória das interações verbais deve levar em conta esses dois níveis, mas que, de acordo com seus próprios objetivos, pode concentrar-se em um ou outro[27] (KERBRAT-ORECCHIONI, 1992, p.14).

Dentre os numerosos e diversos aspectos derivados do nível relacional, dois deles merecem destaque: o tipo de distância, horizontal ou vertical, que se instaura entre os interactantes e o funcionamento da polidez[28].

O eixo da relação horizontal é gradual e tem, de um lado, a distância, e do outro, a familiaridade e a intimidade, além de dados externos (contextuais) e internos (signos verbais, paraverbais e não verbais). Os comportamentos produzidos na interação são, em grande parte, determinados pelos dados externos, apesar de haver uma certa margem de manobra. Nesse sentido, a relação é geralmente negociável e, frequentemente, negociada entre os participantes da interação. Os fatores contextuais mais determinantes são o nível de conhecimento dos interlocutores, o tipo de relação socioafetiva que os une e a natureza da situação comunicativa (formal, informal ou cerimonial). Em relação aos dados internos, mais especificamente, aos marcadores não-verbais e paraverbais, podem ser destacados a distância proxêmica, os gestos, a duração e a intensidade dos contatos oculares, a intensidade articulatória e o timbre de voz, a velocidade da elocução, dos

---

[27] il est bien évident que l'importance relative des deux niveaux du contenu et de la relation varie selon le type d'interacion, et de séquence envisagée au sein de cette interaction; qu'une théorie satisfaisante des interactions verbales doir tenir compte de ces deux niveaux, mais que selon ses objectifs propres elle peut se focaliser sur l'un ou l'autre d'entre eux.

[28] O interesse atribuído ao funcionamento da polidez e ao nível interpessoal nas interações verbais é um dos aspectos mais marcantes dos desenvolvimentos recentes da análise das interações. Haja vista sua importância para este estudo, nos concentraremos na discussão desses elementos em outro subtópico (cf. 1.2.2.4. [II] A negociação da relação interpessoal: a polidez linguística).

encadeamentos, e a frequência das sobreposições de vozes. Dentre os marcadores verbais, há as formas de tratamento, os temas bem como o nível de língua utilizado.

A relação horizontal é de natureza simétrica, ao passo que a vertical é assimétrica, ou seja, os interactantes estão em uma posição desigual, pois envolve questões referentes a poder, hierarquia e dominação. Nas palavras de Kerbrat-Orecchioni,

> que se chame de "poder", "hierarquia", "autoridade", "dominância" ou "dominação" (vs. "submissão"), ou mesmo "sistema de lugares"[29] (Flahault, 1978), essa dimensão remete à ideia de que, durante a interação, os diferentes parceiros podem ser colocados em um lugar diferente nesse eixo vertical invisível que estrutura sua relação interpessoal. Dizemos, então, que um deles encontra-se ocupando uma posição "alta", de "dominante", enquanto o outro é colocado em posição "baixa", de "dominado"[30] (KERBRAT-ORECCHIONI, 1992, p. 71).

Assim, enquanto um está em posição de dominador, o outro encontra-se em posição de dominado, como ocorre nas relações estabelecidas entre o operador de televendas e o cliente. Segundo a autora, ainda que o sistema de dominância dependa de fatores contextuais, como o sexo, a idade, o status, o papel interacional, ou ainda, de qualidades mais pessoais, como o domínio da língua, o talento oratório, a competência profissional, o prestígio, o carisma, etc., os papéis podem sempre ser redistribuídos no curso da interação:

> os lugares são objeto de negociações permanentes entre os interagentes, e frequentemente, observa-se por parte do dominado institucional a utilização de estratégias de resistência, de contraofensivas e de contrapoderes que podem, é claro, fracassar, ou obter êxito[31] (KERBRAT-ORECCHIONI, 1992, p. 73).

O sistema de dominância não se reduz, portanto, aos dados contextuais, pois depende também do que ocorre no decorrer da interação; as relações de poder

---

[29] Assim como Kerbrat-Orecchioni, não fazemos distinção entre esses termos.

[30] Qu'on appelle "pouvoir", "rang", "autorité", "dominance" ou "domination" (*vs* "soumission"), ou bien encore "système de places" (Flahault, 1978), cette dimension renvoie à l'idée qu'au cours du déroulement de l'interaction, les différents partenaires peuvent se trouver placés en un lieu différent sur cet axe vertical invisible qui structure leur relation interpersonnelle. On dit alors que l'un d'entre eux se trouve occuper une position "haute", de "dominant", cependant que l'autre est mis en position "basse", de "dominé".

[31] Les places sont l'objet de négociations permanentes entre les interactants, et l'on observe fréquemment de la part du dominé institutionnel la mise en oeuvre de stratégies de résistence, de contre-offensives et de contre-pouvoirs, qui peuvent bien entendu échouer, ou réussir.

existentes entre os interactantes podem, assim, ser refletidas em seu comportamento linguageiro. Desse modo, a relação de lugares depende da produção de algumas unidades as quais Kerbrat-Orecchioni (1992, p. 75) nomeou de taxemas, ou indicadores de lugar.

Conforme a autora (1996, p. 46), dentre os principais taxemas estão (1) os marcadores não-verbais[32] e paraverbais, a saber, a aparência física dos interlocutores e suas vestimentas, a organização do espaço comunicativo (a posição dos participantes, a natureza e a disposição dos assentos), a postura, o jogo de olhares, alguns comportamentos mímico-gestuais, a intensidade vocal e o tom utilizado, (2) os marcadores verbais, como as formas de tratamento e seu emprego recíproco ou assimétrico, (3) a organização dos turnos de fala e seus aspectos quantitativos (falar muito ou pouco) e qualitativos (a presença de intrusões ou interrupções), (4) a organização estrutural da interação e a importância conferida às iniciativas, ou seja, o fato de ser responsável pelo início e/ou encerramento da troca conversacional pode ser indicativo de uma posição alta e, por fim, (5) os atos de linguagem, a categoria mais rica e complexa do conjunto dos marcadores verbais de relações de dominância, pois pode ser correlacionada com seu funcionamento enquanto FTAs (*Face Threatening Acts,* ou Atos de ameaça à face).

Em relação, especificamente, aos atos de linguagem, pode-se dizer, de modo geral, que o enunciador coloca-se em posição superior quando comete um ato ameaçador ao território ou à face do interlocutor (crítica, desacordos de todos os gêneros – objeção, contestação, refutação, etc.); e, ao contrário, coloca-se em uma posição de inferioridade ao sofrer um ato ameaçador ou ao produzi-lo contra sua própria face (pedido de desculpas, retratação, autocrítica, entre outros).

Como a interação é um processo dinâmico, nada está, portanto, determinado em seu curso. Tomemos, como exemplo, as ligações de televendas: ora o operador exerce sua dominância sobre a estrutura da interação, uma vez que é responsável pelas iniciativas - introduz os tópicos discursivos, efetua perguntas ou solicitações - dominando, portanto, a interação em aspectos quantitativos, ora está em desvantagem, dado o poder de decisão que se encontra nas mãos do cliente, que domina, nesse sentido, o plano dos conteúdos. Trata-se, pois, de uma situação de comunicação em que a desigualdade nas relações de dominância está nela inscrita.

[32] Não considerados nesta pesquisa, dada a natureza das interações sob análise.

Os diferentes taxemas carregam consigo conotações de todos os gêneros: sociais, ideológicas, mas também afetivas. A dimensão afetiva faz-se presente no discurso por meio de marcadores que podem expressar boa ou má vontade interacional. Nessa perspectiva,

> se estão "em uma relação positiva", os participantes vão trabalhar para cooperar e para "entender-se" e se estão em "uma relação negativa", vão cultivar o enfrentamento e tentar criar obstáculos. Diremos, então, que a troca pode ser feita de forma pacífica, consensual, "irênica" ou, ao contrário, belicosa, conflituosa, "agonal"[33] [...] (Kerbrat-Orecchioni, 1992, p. 141).

Assim como um jogo, as trocas comunicativas podem ser, concomitantemente, cooperativas e competitivas e, desse modo, a cooperação e o conflito são considerados igualmente necessários para o desenvolvimento do diálogo. Todavia, ao mesmo tempo que o excesso de conflitos pode provocar o fim precoce da interação, o excesso de consenso pode levar, da mesma forma, ao silêncio. Embora esse status paradoxal da comunicação seja frequentemente admitido, a importância conferida a esses dois elementos difere segundo os autores.

Para alguns, a harmonia é a regra: o diálogo é um processo fundamentalmente cooperativo que visa à instauração de um consenso, até mesmo de uma aliança entre os interagentes, concepção evocada por Paul Grice (1975). Outros, ao contrário, defendem a ideia de que o conflito predomina: todo diálogo é visto como uma espécie de batalha em que o vencedor é aquele capaz de impor seu ponto de vista, ideia defendida por Roland Barthes (1971) e Ernest Windisch (1987), por exemplo.

Kerbrat-Orecchioni (1992, p.151) posiciona-se, diante desse debate, da seguinte forma:

> Eu diria, pessoalmente, que se a cooperação e o conflito geralmente coexistem, com dosagens variáveis, em toda interação, *essa*[34] *oposição nocional é assimétrica, sendo a cooperação mais "fundamental" do que o conflito, que é "marcado" em relação à cooperação*[35] (KERBRAT-ORECCHIONI, 1992, p.15).

---

[33] s'ils sont en "bons termes", les participants vont s'employer à coopérer pour "s'entendre" et s'ils sont en "mauvais termes", ils vont cultiver l'effrontement, et chercher à se mettre des "bâtons dans les roues". On dira donc que l'échange peut se faire sur un mode pacifique, consensuel, "irénique" ou au contraire belliqueux, conflictuel, "agonal" [...].

[34] Grifos da autora.

[35] je dirai qu'il me semble personnellement que si la coopération et le conflit coexistent généralement, avec des dosages variables, dans toute interaction, *cette opposition notionnelle est dissymétrique, la coopération étant plus "fondamentale" que le conflit, lequel est "marqué" par rapport à la coopération.*

. Assim, a autora defende que os interagentes preferem manifestar o acordo ao desacordo[36], sendo o conflito, portanto, “marcado”, ou não preferido. Com o intuito de sustentar a ideia de haver uma dissimetria inerente à cooperação e ao conflito, declara, ainda, que a comunicação conflituosa implica, igualmente, uma cooperação:

> polemizar ainda é compartilhar, é admitir em comum certos valores, certos pressupostos, certas regras do jogo, sem as quais a troca não pode simplesmente acontecer. Tão logo entramos em interação, e pretendemos nela permanecer, *não podemos deixar de cooperar*[37] - sendo a cooperação a condição por excelência de possibilidade e sobrevivência da interação, e a recusa em cooperar sendo, para os interagentes, propriamente, um suicídio[38] (KERBRAT-ORECCHIONI, 1992, p. 152-153).

Embora haja cooperação mesmo no conflito, ele pode fragilizar e colocar a comunicação em perigo. Por conseguinte, em todas as sociedades existem inúmeras estratégias empregadas para reverter os dissensos bem como para reduzi-los ou evitá-los mediante a realização de negociações. Dado que pretendemos identificar os mecanismos mobilizados pelo operador de televendas em situação de dissenso, bem como melhor compreender as modalidades de negociação resultantes das relações de dominância estabelecidas entre os participantes da interação, nos ocuparemos, no próximo subitem, da apresentação da noção de negociação enquanto procedimento de desconstrução dos desacordos e regulador do fluxo comunicacional.

1.2. A negociação nas ciências sociais e nos estudos interacionistas

O termo negociação, nas últimas décadas, tornou-se uma noção teórica e analítica central em inúmeras teorias sociológicas e, sobretudo, interacionistas; utilizado no contexto de interações institucionais, no âmbito dos negócios, da

---

[36] Os marcadores de desacordo podem ser de natureza não-verbal (expressões faciais, gestos, etc.), paraverbal (tom de voz intensificado, variações prosódicas, ritmo mais acelerado, etc.) e verbais (diversos morfemas, FTAs, diferentes formas de refutação, etc.). Podem ser pontuais ou se estender por toda a interação.

[37] Grifo da autora.

[38] polémiquer, c’est encore partager, c’est (ad)mettre em commun certaines valeurs, certains présupposés, certaines règles du jeu, sans lesquels l’échange ne peut tout bonnement pas avoir lieu. Dès lors qu’on entre en interaction, et qu’on prétend y rester, *on ne peut pas ne pas coopérer* – la coopération étant la condition par excellence de possibilité et de survie de l’interaction, et le refus de coopérer étant pour les interactants en tant que tels proprement suicidaire.

diplomacia, da vida democrática, etc. seu interesse conceitual está cada vez mais consolidado, não somente nos contextos profissionais, mas também no domínio das interações cotidianas. Assim, considerando toda a abrangência desse termo, colocaremos em perspectiva a definição de negociação evocando alguns de seus conceitos em diferentes subdomínios das ciências humanas.

Anselm L. Strauss (1992, p. 245) afirma que o termo negociação remete a múltiplos sinônimos: "barganha, combinações, compromisso, mercado, acordos após desacordos, acordos tácitos, mediação, trato, permuta, troca e conluio[39]". A fim de delimitar o conceito de negociação que subjaz esta pesquisa, destacaremos, a seguir, algumas de suas acepções, nas quais pode designar: uma consequência de uma postura epistemológica, uma prática social, um processo de intercompreensão, um modelo modular da organização do discurso ou um processo conversacional[40].

- Uma postura epistemológica

A linguística interacional de orientação epistemológica reivindica o caráter constitutivo da interação nas práticas dos interlocutores e nos universos de referência que lhes dão sentido. Seu maior interesse é observar a capacidade dos interagentes de construir, coletivamente, unidades semióticas e atividades conjuntas indexadas em contextos particulares. Assim, ao considerar que "a interação social, em suas formas mais variadas [...], é o lugar prototípico do uso dos recursos linguísticos, além da construção da ordem social, das relações, das posições e das identidades categoriais dos participantes[41]'' (MONDADA, 2001, p.03), admite que a negociação designa o processo pelo qual se opera, em permanência, a construção coletiva do significado.

- Uma prática social

---

[39] "marchandage, combines, compromis, marché, accords après des désaccords, ententes tacites, médiation, tractation, troc, échange et collusion."

[40] Não pretendemos apresentar a integralidade dos fundamentos dos autores citados, nem de suas reflexões, nem da evolução de suas proposições.

[41] "l'interaction sociale, dans ces formes variées [...], est le lieu prototypique de l'usage des ressources linguistiques, outre que de la construction de l'ordre social, des relations des positions et des identités catégorielles des participants."

Em uma época em que os sociólogos ainda estavam submetidos a modelos racionalistas ou percebiam a importância da negociação sem identificá-la como um objeto cientificamente pertinente, Strauss foi o responsável por defini-la como um fenômeno essencial da vida humana. Para o autor (1992, p. 245), “a negociação parece ser um fato genérico das relações e das organizações humanas[42]”. Nesse sentido, por meio de diferentes publicações, contribuiu com uma teoria geral da negociação ou, ao menos, com a definição de suas bases epistemológicas. Desde então, os processos de negociação passaram a ser descritos em diferentes domínios da vida social. As pesquisas concentraram-se, por exemplo, em identificar os ingredientes da negociação (uma pluralidade de parceiros, uma forma de divergência, a construção de um compromisso mutuamente aceitável, uma relação de forças, etc.), suas funções (a regulação dos sistemas complexos, das trocas, das decisões e dos conflitos) ou, ainda, os tipos que podem caracterizá-la (negociações conflituosas, negociações cooperativas, etc.).

- Um processo de intercompreensão

A Teoria do Agir comunicacional, proveniente da filosofia social de Jürgen Habermas (1987), propõe uma conceituação fina das relações complexas que as atividades sociais mantêm com o uso da língua. O ponto de partida desse modelo reside em uma reflexão sobre as condições de regulação das atividades coletivas: devido à capacidade limitada de transformar os estados das coisas no mundo, o agente é, permanentemente, confrontado com a necessidade de coordenar suas intenções e seus planos de ação com outros agentes. Segundo Habermas (ibid.), ele tem duas escolhas: pode obrigar o co-agente exercendo sobre ele uma influência externa e unilateral - fala-se, nesse caso, de uma orientação estrita em direção ao sucesso ou de agir estratégico; ou pode, igualmente, coordenar, consensualmente, seus planos de ação adotando uma atitude intercompreensiva e negociando as condições intersubjetivas de um acordo com o co-agente - fala-se, em tal caso, de agir comunicacional. No modelo do Agir comunicacional, a negociação designa o processo de intercompreensão no qual os interlocutores enunciam suas pretensões à validade, as criticam, as ratificam com a finalidade de encontrar um acordo.

[42] “La négociation semble être un fait générique des relations et des arrangements humains.”

- Um modelo modular da organização do discurso

Na perspectiva da Articulação do discurso em francês contemporâneo (ROULET et al., 1985), o conceito de negociação relaciona-se à estruturação hierárquica das produções linguageiras, monológicas ou dialógicas. O princípio de completude dialógica rege o desenvolvimento linear da negociação e as condições ligadas à sua conclusão. Estabelece que uma negociação somente pode finalizar-se caso os interactantes manifestem, reciprocamente, um acordo referente ao seu encerramento (exigência do "duplo acordo"), o que implica que toda reação negativa (vendedor: "Nós não vendemos cursos de inglês *on-line*") ou ratificação negativa (consumidor: "Não estou procurando um curso de inglês, mas uma especialização à distância") pode, potencialmente, levar a um relance da intervenção anterior, isto é, incitar uma contra-proposta ou necessitar de uma nova reação. Quanto ao princípio de completude monológica, ele não se refere ao resultado de uma negociação, mas, especificamente, à avaliação de cada uma das fases que a compõe. Determina que toda intervenção deve ser avaliada como satisfatória nos planos comunicativo e ritual a fim de contribuir, de modo eficaz, com o processo de negociação.

- Um processo conversacional

A negociação apreendida como um processo conversacional designa os procedimentos por meios dos quais os participantes de uma interação buscam encontrar o acordo a fim de construir, coletivamente, a troca comunicacional em que estão engajados. Essa forma de negociação pressupõe a aparição explícita ou implícita de um desacordo ou, ao menos, de uma divergência, podendo estar relacionado a um conjunto de objetos implicados no jogo interacional. Kerbrat-Orecchioni (2005, p. 103) define a negociação conversacional como "todo processo interacional suscetível de aparecer assim que surge um desacordo entre os interactantes referente a algum aspecto do funcionamento da interação, e tendo por finalidade resolver esse desacordo a fim de permitir a continuidade da troca[43]".

Em alguns aspectos, apesar de a negociação conversacional aproximar-se da primeira acepção evocada, a postura epistemológica, não deve ser assimilada à

[43] "tout processus interactionnel susceptible d'apparaître dès lors qu'un différend surgit entre les interactants concernant tel ou tel aspect du fonctionnement de l'interaction, et ayant pour finalité de résorber ce différend afin de permettre la poursuite de l'échange."

generalização do princípio de regulação coletiva do universo de significação que propõe a linguística interacional[44], pois, na concepção de Kerbrat-Orecchioni, a negociação não equivale necessariamente à coordenação, mas designa um subconjunto específico dos processos de co-construção, nos quais a regulação passa pela aparição e gestão de um desacordo.

Haja vista as considerações acima discutidas, o termo negociação corresponde a conceitos e representações muito diversos, mesmo no interior de um mesmo domínio, como é o caso das abordagens linguísticas. Dentre os modelos apresentados, dado que nossa análise parte da instauração de um desacordo, elegemos a noção de negociação conversacional proposta por Kebrat-Orecchioni (2005) para fundamentar nossos estudos. Por isso, discutiremos, em seguida, esse modelo de análise com maior profundidade.

1.2.1. A interação como negociação

A abordagem interacionista considera que o discurso é resultado de um trabalho coletivo e colaborativo. Seu caráter fundamentalmente dialogal já havia sido apontado por Mikhail Bakhtin (1977, p. 123) ao declarar que "o discurso é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados[45]". Assim, para que os interagentes possam juntos construir uma interação, é necessário que se estabeleça entre eles um certo número de acordos sobre as regras do jogo de linguagem no qual se encontram conjuntamente engajados. Se, por um lado, esses acordos são estabelecidos espontaneamente, de outro, devido ao seu caráter impreciso e pouco coercitivo ou, ainda, em razão de concepções divergentes dessas regras ou interesses particulares, podem manifestar-se, no curso da interação, conflitos ou desacordos relativos a algum aspecto da troca comunicativa. A esse respeito, Kerbrat-Orecchioni afirma que

> o discurso deve ser concebido como o produto de um processo interativo, baseado no estabelecimento de uma série de *acordos*[46] que, às vezes, estabelecem-se espontaneamente, às vezes, necessitam, ao contrário, da

---

[44] A linguística interacional é um paradigma recente que surgiu nos anos 90 e que encontra fundamento na Análise Conversacional desenvolvendo um projeto sistemático de estudos da língua em interação a partir de registros de interações em situação natural.

[45] "le discours est le produit de l'interaction de deux individus socialement organisés."

[46] Grifos da autora.

> intervenção de procedimentos de *transação* ou *negociação*[47] (KERBRAT-ORECCHIONI, 1984, p. 224-225).

A interação pode ser definida, portanto, como "o lugar de uma atividade coletiva de produção do significado, que implica a realização de *negociações*[48] explícitas e implícitas, que podem lograr êxito ou fracassar[49]" (KERBRAT-ORECCHIONI, 1990, p. 28-29). Essas negociações são, nesse sentido, procedimentos discursivos que visam a resolver ou a suavizar os desacordos a fim de restabelecer o fio contínuo da troca comunicativa e promover o ajuste comportamental dos interagentes para que a interação prossiga de modo relativamente harmonioso.

Sendo o objetivo desta pesquisa a análise da desconstrução do dissenso, interessa-nos revelar os tipos de mecanismos de negociação conversacional colocados em prática pelos operadores a fim de restabelecer o equilíbrio interacional para dar prosseguimento à interação mediante a desconstrução do desacordo. Trata-se, pois, de evidenciar os mecanismos de negociação em uma interação em que "negociar", em seu sentido mais amplo, é o principal objetivo. Todavia, o termo negociação, empregado segundo os preceitos da abordagem interacionista, não infringe sua acepção geral, a saber: "conversa que ocorre entre duas ou mais pessoas, com o fim de se chegar a um acordo em um assunto qualquer, ajuste" (Dicionário Michaelis, 2015) ou, ainda, "série de ações realizadas para se chegar a um acordo, para concluir um negócio[50]" (Le Petit Robert, 2000).

1.2.2. A noção de negociação conversacional

No domínio dos estudos interacionistas, como discutimos há pouco, dois usos da noção de negociação conversacional coabitam: a) o mais abrangente considera toda interação como uma vasta negociação – caso de Roulet (1985) e de seus colaboradores da Escola de Genebra - na medida em que sua construção repousa

---

[47] le discours doit être conçu comme le produit d'un processus interactif, reposant sur l'établissement d'un certain nombre *d'accords*, qui parfois se font spontanément, parfois nécessitent au contraire l'intervention de procédures de *transaction*, ou de *négociation*.

[48] Grifo da autora.

[49] "le lieu d'une activité collective de production du sens, activité qui implique la mise en oeuvre de *négociations* explicites ou implicites, qui peuvent aboutir, ou échouer [...]".

[50] "série de démarches qu'on entreprend pour parvenir à un accord, pour conclure une affaire".

sobre um princípio de “completude interacional” que se refere à própria atividade de coordenação inerente ao processo de interação, na qual toda ação efetuada por um dos participantes deve ser ratificada por seu(s) interloculor(es), ou seja, refere-se ao processo de co-construção do discurso - Kerbrat-Orecchioni (2005, p. 95), julga esse emprego do termo contra intuitivo, pois vai contra ao seu sentido comum; b) o segundo, mais restritivo, designa os casos em que, ao longo da co-construção, há a ocorrência de desacordos, conforme propõe Kerbrat-Orecchioni (1984, 2005), noção no interior da qual se insere este estudo.

O desacordo, causa da negociação no interior dessas duas concepções, também pode ser definido de diferentes formas em função da representação da negociação que ocorre a partir dele, podendo corresponder a:

- um princípio de estruturação do discurso, expresso em termos de completude interacional, ou duplo acordo, segundo o qual a troca somente encerra-se quando as duas intervenções finais estão acordadas. Nessa concepção, a negociação não é uma sequência, mas um processo estruturante da construção do discurso. Assim, para Roulet (2000, p. 11), a negociação é o fundamento de uma estrutura hierárquica;
- um procedimento de resolução de desacordos que podem surgir em todos os níveis da interação. Para Kerbrat-Orecchioni (ibid.), a negociação representa uma sequência da interação e funciona a partir de propostas e contra-propostas. Nessa perspectiva, a autora (2005, p. 94) salienta que toda negociação conversacional pressupõe:

(1) *ao menos dois negociadores*, a saber, as duas pessoas diretamente implicadas no desacordo;

(2) um *objeto a negociar*, dos quais nos ocuparemos logo mais, devido a sua grande variabilidade;

(3) um *estado inicial*, ou seja, um desacordo ou uma divergência estabelecidos entre os interagentes,

(4) a utilização de *procedimentos*, que constituem a negociação propriamente dita, a fim de tentar resolver o desacordo;

(5) um *estado final*, que é o resultado da negociação, que pode obter êxito ou fracassar, oposição que deve ser submetida a uma gradação.

No caso das ligações de televendas, há, desde o início, uma divergência entre os participantes, uma vez que o operador deseja engajar o possível cliente em

uma interação da qual, *a priori*, deseja desvencilhar-se. Contudo, seus objetivos pessoais são, em geral, dominados por um propósito comum, a realização da própria interação, o que o faz, via de regra, engajar-se na ligação. Desse modo, estando o cliente implicado na interação, um novo desacordo delineia-se quando se descobre confrontado com a operação de venda ou a proposta de uma visita *in loco*. Diante das objeções ou recusas apresentadas pelo cliente, o operador procura reverter o desacordo mediante o uso de procedimentos discursivos, ou negociações conversacionais, a fim de convencer o interlocutor da atratividade de sua proposta e levá-lo, assim, à sua aceitação. O desfecho da negociação, ou seu estado final, pode ser, desse modo, favorável, desfavorável ou, ainda, inconclusivo, a depender de seu resultado.

1.2.2.1. O esquema geral

A partir das observações precedentes, Kerbrat-Orecchionni (2005, p. 98), apresenta o esquema geral da negociação conversacional, que comporta, conforme afirma a autora, um certo número de variantes:

(1) *A* faz a *B* uma *proposta* (Prop.);

(2) *B* contesta essa proposta, acrescentando eventualmente nessa contestação uma contra-proposta (Contra-Prop); há, então, uma possível negociação;

(3) Se *A* aceitar, imediatamente, essa Contra-Prop. (ou decide seguir adiante em vez de focalizar-se na disputa), a negociação é, de certo modo, sufocada, ocorrendo um simples ajuste, conforme propõe Traverso (1999). Assim, para haver negociação, identificar traços de desacordo não basta, pois, pode ser explicitado por um dos participantes e ignorado pelo(s) outro(s). É preciso observar as trocas posteriores à manifestação do desacordo para definir se há, efetivamente, negociação. Segundo Traverso (ibid., p. 76), "fala-se de ajuste quando é possível identificar: (1) uma manifestação – expressão ou traço – de desacordo; (2) a consideração desse desacordo pelo interlocutor, que não mantém sua (pro)posição. O ajuste pode ser considerado como uma *micro*[51]*-negociação*"[52]. Todavia, caso *A* mantenha sua posição inicial, após a

[51] Grifo da autora.

contestação de *B*, ocorre a cristalização do desacordo. Essa noção designa a atividade de realização da negociação durante a qual o desacordo estabelece-se com a conservação de cada uma das posições dos interlocutores. Nesse caso, observa-se (1) uma expressão ou um traço de desacordo; (2) sua consideração; (3) a cristalização por conservação das posições.

Considerando o esquema geral da negociação acima descrito e a partir do desenvolvimento bem como dos resultados das negociações que ocorreram nas ligações de televendas que constituem os nossos *corpora*, estabelecemos três categorias de análise: a negociação espontânea, a negociação ideal e a negociação conflituosa, as quais discutiremos a seguir.

1.2.2.2. As modalidades de negociação[53]: do ajuste à ausência de acordo

O ajuste[54] ou a negociação por alinhamento espontâneo

- *A negociação espontânea:* modalidade em que a interação realiza-se em um tom amistoso e não há a presença, ou há a presença mínima, de negociações conversacionais, pois o operador atinge seu objetivo sem encontrar resistência da parte do possível cliente, que se alia, voluntariamente, às suas propostas. Desse modo, enquanto não há mudança de posição da parte do operador (que cumpre seu propósito), o possível cliente abandona sua disposição inicial de dissenso e adere à proposta do profissional. Nesse caso,

---

[52] "on parle d'ajustement lorsqu'il est possible d'identifier: (1) une manifestation – expression ou trace – de désaccord ; (2) la prise en compte de ce désaccord par l'interlocuteur qui ne maintient pas sa (pro)position. L'ajustement peut être considéré comme une *micro-négociation.*"

[53] As modalidades de negociação são uma adaptação dos possíveis resultados de uma negociação estabelecidos por Kerbrat-Orecchioni (1984, p. 237).

[54] Em virtude das características das interações que compõem os nossos *corpora*, compreendemos o ajuste como uma micro-negociação, conforme propõe Traverso (1999, p. 76). Por essa razão, consideramos o ajuste, ou a micro-negociação, nas modalidades de negociação estabelecidas para nossa análise. Encontramos respaldo, igualmente, em Kerbrat-Orecchioni (1984, p. 237 e 2005, p. 101) que considera como um dos resultados possíveis de uma negociação a situação em que um dos interactantes aceita, voluntariamente, alinhar-se às posições do outro, a qual denomina negociação por alinhamento espontâneo. Além do mais, para haver um ajuste, supõe-se que se produziu, antes, um conflito.

o operador representa o papel do ganhador, e o cliente, de perdedor, uma vez que este encontra-se em posição baixa em relação ao seu interlocutor.

A representação da *negociação espontânea* em nossas ligações de televendas apresenta a seguinte forma:
Operador: Proposta - Oferta do produto ou de uma visita *in-loco*
Cliente: Aceitação (com ou sem a presença de micro-negociações)

A resolução do desacordo

- *A negociação ideal* – essa modalidade, por ser composta de diferentes níveis de negociação, configura-se como a mais complexa. Inicialmente, há a situação em que os dois participantes modificam suas posições iniciais e aproximam-se, mutuamente, para encontrar uma solução conciliadora. Trata-se, portanto, de uma negociação de tipo ganhador/ganhador, a qual denominamos *negociação ideal bilateral*. Todavia, há os casos em que as negociações provocam o alinhamento de um ou outro interlocutor, ou seja, ora o cliente adere às propostas do operador, ora o operador alinha-se às intenções do cliente. Nessa perspectiva, somente a posição inicial de um dos interlocutores sofrerá mudanças, razão pela qual nomeamos essa modalidade de *negociação ideal unilateral*. Operador e cliente podem, nesse caso, alternar os papéis de ganhador e perdedor, a depender de quem realiza o alinhamento.

A *negociação ideal bilateral* apresenta a seguinte representação:
Operador: Proposta - Oferta do produto ou de uma visita *in-loco*
Cliente: Objeção (desacordo) + Contra-proposição
Operador: Nova proposta baseada na contra-proposição do cliente (aceitação)
Cliente: Aceitação

Em relação à *negociação ideal unilateral*, temos a seguinte configuração:
Caso 1: *O operador modifica sua posição*
Operador: Proposta - Oferta do produto ou de uma visita *in-loco*
Cliente: Objeção (desacordo) + Contra-proposição

Operador: Aceitação

Caso 2: *O cliente modifica sua posição*
Operador: Proposta – Oferta do produto ou de uma visita *in-loco*
Cliente: Objeção (desacordo)
Operador: Reiteração da proposta ou Nova proposta
Cliente: Aceitação

A ausência de resolução do desacordo

- *A negociação conflituosa*: em que nenhum dos interlocutores aceita as proposições ou as concessões do outro e, por conseguinte, as posições iniciais do operador e do cliente não se alteram. Embora seja uma interação em que as negociações são recorrentes, não há alteração do *status quo*. O operador é considerado, nessa conjectura, perdedor, e o cliente, ganhador.

A representação da *negociação conflituosa* seria:
Operador: Proposta – Oferta do produto ou de uma visita *in-loco*
Cliente: Recusa (desacordo)
Operador: Refutação da objeção + Reiteração da proposta ou Nova proposta
Cliente: Recusa (desacordo)

Como este estudo propõe, a partir da manifestação de um desacordo, avaliar os procedimentos discursivos, ou as negociações conversacionais, bem como as modalidades de negociação que se produzem em uma interação que tem por propósito a realização de uma negociação comercial, faz-se necessário explicitar as especificidades que envolvem as negociações conversacionais e as negociações comerciais, a fim de delimitar conceitos e cercear possíveis questionamentos.

1.2.2.3. As especificidades das negociações conversacionais e comerciais

Uma das especificidades das negociações comerciais repousa no fato de que possuem um objetivo externo, ou seja, a venda de um produto, de um serviço, a resolução de um conflito, etc., que orienta e determina a maior parte das atividades

desenvolvidas pelos interagentes. Já, as negociações conversacionais, além de estarem relacionadas a objetos similares, podem ainda referir-se aos elementos que compõem a própria conversação: o *script*, a alternância dos turnos de fala, os temas tratados, os signos manipulados, as opiniões expressas, o momento do encerramento, as identidades, a relação interpessoal, etc. As negociações conversacionais estão presentes, igualmente, nas negociações comerciais, mas estão subordinadas à negociação principal.

Segundo Stephen E. Weiss & William Stripp (1998, apud. KERBRAT-ORECCHIONI, 2005, p. 100) o objetivo das negociações comerciais é o de obter um acordo entre os participantes sobre um ponto mais ou menos contestável. Nesse sentido, todas as ações realizadas têm por propósito a obtenção de um resultado, a saber, um ajuste ou a resolução dos desacordos, para que a operação comercial cumpra-se.

No que se refere às negociações conversacionais, Kerbrat-Orecchioni (2005, p. 103) as define como

> todo processo interacional suscetível de aparecer assim que surgir um desacordo entre as partes que interagem referente a este ou aquele aspecto do funcionamento da interação, e tendo por finalidade a resolução do desacordo a fim de permitir o prosseguimento da troca[55] (KERBRAT-ORECCHIONI, 2005, p. 103).

No caso das interações sob análise, ocorre uma espécie de sobreposição entre as negociações comerciais e as conversacionais que se estrutura da seguinte forma: em um primeiro nível, há a negociação comercial enquanto propósito da ligação de televendas, que possui, evidentemente, uma finalidade externa (vender um produto ou serviço) e, no interior dessa interação, devido à divergência de interesses entre o operador e o cliente, há a ocorrência de negociações conversacionais enquanto procedimentos de resolução de desacordos. Seu emprego pode reparar o fluxo comunicacional e possibilitar a efetivação da operação comercial.

Essas negociações, indispensáveis para a elaboração progressiva dos discursos dialogais, embora sejam de natureza muito diversa, têm sempre como

---

[55] tout processus interactionnel susceptible d'apparaître dès lors qu'un différend surgit entre les interactants concernant tel ou tel aspect du fonctionnement de l'interaction, et ayant pour finalité de résorber ce différent afin de permettre la poursuite de l'échange.

princípio o confronto entre uma proposta e uma contra-proposta que desencadearão o processo de negociação. Kerbrat-Orecchioni (2005, p. 103) considera que alguns fatores podem suscitar a realização de uma negociação, como a natureza do elemento em questão, o modo como este elemento é apresentado no discurso e, por fim, o caráter impreciso de algumas regras do código linguístico e conversacional – mais rígidas são as regras, menor a possibilidade de desencadeamento de negociações. Nessa perspectiva, tentar efetivar uma operação de fim transacional via telefone, que não foi, via de regra, previamente solicitada, reúne circunstâncias que convergem para o desencadeamento de negociações conversacionais.

1.2.2.4. Os objetos da negociação

A noção de negociação conversacional pode ser aplicada, na análise das interações, a uma diversidade de objetos, internos ou externos: aos aspectos organizacionais da interação (turnos de fala, abertura e encerramento, estruturação das trocas, etc.), ao conteúdo (temas tratados, signos manipulados, interpretações efetuadas, opiniões apresentadas, etc.) ou ao nível da relação interpessoal. Kerbrat-Orecchioni (ibid., p. 109) designa os principais deles:

- a forma da interação: trata-se, em um encontro intercultural, de decidir por meio de qual língua a interação vai ocorrer. Todavia, em contexto intralinguístico, esse tipo de negociação também ocorre e pode referir-se ao tom, ao estilo (mais ou menos distante ou íntimo, formal ou familiar, etc.) das trocas comunicativas ou, ainda, ao tipo de interação (debate, entrevista, conversação, etc.);

- o conteúdo da interação: a) o tema: a seleção de temas discursivos pode provocar diversas negociações (relativas aos territórios conversacionais, que se referem ao domínio de competência de cada participante), assim como a introdução ou o encerramento de um determinado assunto, b) a negociação dos signos, ou seja, do significante e do significado e, ainda, do referente, que pode ocorrer de modo implícito ou explícito, c) a negociação de opiniões, que designa os procedimentos argumentativos (explícitos e implícitos) aos quais recorrem os interagentes para construir uma esquematização e tentar impô-la a seus parceiros, d) as negociações

das estratégias de ação e de condutas a adotar, que dizem respeito, sobretudo, aos atos diretivos;

- a negociação da estrutura da interação: a) refere-se à alternância dos turnos de fala, b) à estruturação da interação propriamente dita, em que os interagentes podem discordar em relação, por exemplo, ao momento de encerrar uma troca comunicativa;

- a negociação das identidades e das relações de lugar - que se refere ao nível externo da interação e relaciona-se à natureza e ao status dos interlocutores – a) a negociação das identidades: em que os interagentes, por meio de suas mensagens verbais, visam, essencialmente, a impor, implícita ou explicitamente, uma certa definição ou imagem de si, que pode ter como resposta uma confirmação, uma rejeição ou uma negação (em que a definição proposta não é nem mesmo considerada) – a identificação do interlocutor é indispensável quando se quer impor, acertadamente, o seu discurso; b) a negociação dos lugares[56] configura-se a partir de uma metáfora espacial em que um dos participantes ocupa uma posição alta (o dominador) e o outro, baixa (o dominado), a menos que estejam engajados em uma interação de natureza igualitária; a constituição de lugares ao longo da interação realiza-se por meio do uso de marcadores de lugar, ou taxemas (cf. supra). De acordo com Kerbrat-Orecchioni,

> ao mesmo tempo em que são atribuídos por esses diferentes taxemas, os lugares dependem do resultado de todas as negociações previamente consideradas (colocar-se-á, assim, em posição alta aquele que conseguir iniciar e fechar os temas e as trocas, a impor seu vocabulário e sua interpretação dos enunciados, a sair vitorioso nos debates de opinião, etc.). A negociação dos lugares integra, assim, todas as outras formas de negociação, e este último aspecto dos funcionamentos interacionais (a "batalha pela dominação") é hierarquicamente superior aos anteriores[57] (KERBRAT-ORECCHIONI, 1984, p. 235).

[56] Cf. 1.1.2. As regras do desenvolvimento das interações – a relação interpessoal.

[57] en même temps qu'elles sont assignées par ces différents taxèmes, les places dépendent de l'issue de toutes les négociations précédemment envisagées (se mettra ainsi en position haute celui qui parviendra à initier et clore les thèmes et les échanges, à imposer son vocabulaire et son interprétation des énoncés, à "emporter le morceau" dans les débats d'opinion, etc.). La négociation des places intègre donc toutes les autres formes de négociation, et ce dernier aspect des fonctionnements interactionnels (la "bataille pour la domination") est hiérarchiquement supérieur aux précédents.

Assim sendo, as negociações de lugares, ou as relações de dominância, que se estabelecem no nível externo das interações estão, estreitamente, relacionadas aos desfechos das negociações conversacionais produzidas ao longo das operações de televendas analisadas, nas quais ora o operador ora o cliente, a depender da posição que assumem, alta ou baixa, é o ganhador ou o perdedor.

Considerando as particularidades das interações que compõem os *corpora* examinados bem como os nossos objetivos, haja vista que as análises partem da instauração de um desacordo, as negociações conversacionais representam procedimentos de resolução dessa divergência e a busca por uma conciliação das partes envolvidas. Desse modo, daremos, a seguir, enfoque às negociações desencadeadas no nível do conteúdo, mais precisamente, às que se referem às opiniões, bem como à negociação da relação interpessoal, objetos mais recorrentes em nossas ligações telefônicas. Posto que, na operação comercial, o operador e o cliente ocupam posições antagônicas devido ao conflito de interesses, a produção de eventos argumentativos e o emprego de mecanismos de polidez verbal surgem como processos de regulação desse descompasso interacional. Isso não significa que outras formas sejam inexistentes, mas que, em nossos dados, a argumentação e a polidez ocupam uma posição de destaque no processo de desconstrução do dissenso.

I. A negociação de opiniões: os eventos argumentativos

O desacordo ocupa uma posição paradoxal enquanto parte integrante do processo comunicativo: se, por um lado, é indispensável, uma vez que se estivermos totalmente de acordo, não resta nada a dizer, de outro, pode colocar em risco a interação, bem como a relação. Admite-se, no âmbito das interações, a existência de uma regra implícita que denota uma preferência pelo acordo, o que coloca, automaticamente, o desacordo como encadeamento não preferido ou marcado. Nessa perspectiva, Andrew Pomerantz (1984) analisou, detalhadamente, as respostas apresentadas após enunciados avaliativos e concluiu que há, na maioria dos casos, uma preferência pelo acordo. Todavia, observa que, em alguns casos, o desacordo torna-se o encadeamento mais frequente.

Esse parece ser o caso das ligações de televendas, uma vez que o desacordo se faz presente na maioria das interações em decorrência da existência

de posicionamentos opostos. Em português, o operador defende a seguinte proposição: “você deve fazer o curso de inglês, pois lhe trará benefícios”; o cliente, por sua vez, busca, de modo implícito ou explícito, defender uma ideia oposta: “não vou fazer o curso de inglês, pois não me trará benefícios; portanto, não tenho interesse”. Em francês, ocorre uma disposição similar: enquanto o operador defende o argumento “você deve agendar uma visita, pois o serviço que proponho lhe trará benefícios”, o cliente coloca-se em posição inversa, “não vou agendar visita alguma, pois isso não me trará benefícios; portanto, não tenho interesse”. Assim, os interlocutores situam-se, em relação ao mesmo tema, em posições divergentes, o que se configura como um cenário propício à manifestação de negociações de opiniões.

Observa-se, assim, uma posição, ou proposição, que suscita um desacordo e o surgimento da discordância pela expressão de uma proposição concorrente, o que leva à configuração de uma “situação argumentativa” (Plantin, 1996), na qual os participantes construirão respostas opostas a uma pergunta comum. O autor (ibid., p.37) define a argumentatividade de uma determinada situação pela presença, em uma interação, dos seguintes componentes:

- a coexistência de dois conjuntos de elementos discursivos potencialmente contraditórios, D1 e D2;
- um contato entre esses discursos; desse contato nasce uma pergunta que constrói contradições entre as duas propostas A1 e A2, elaboradas a partir dos dados discursivos D1 e D2.
- os argumentos (Arg.) são apresentados a fim de apoiar as conclusões (Concl.) propostas como resposta (R) à pergunta. Essas conclusões são, assim, reformulações argumentadas, respectivamente dos discursos (D1) e (D2).

Nesse sentido, a argumentação é vista como um modo de construção de respostas a perguntas que apresentam um conflito discursivo. Esse modelo de Plantin correlaciona-se, de certa forma, aos componentes fundamentais da negociação conversacional (cf. 1.2.2. A noção de negociação conversacional) propostos por Kerbrat-Orecchioni (2005), que parte, igualmente, da manifestação de um desacordo.

A esse respeito, Plantin afirma que

> A ancoragem da argumentação na contradição, no "embate de discursos[58]", é para mim um postulado de base, que se reflete na própria definição do objeto de estudo. Contradição e pergunta são de uma importância central para a argumentação. A existência de uma contradição caracteriza tanto uma simples discussão quanto uma luta; sua transformação em pergunta marca um estágio decisivo na "ontogênese" da argumentação[59] (PLANTIN, p. 41, 1995e).

Marianne Doury (2016, p. 22) posiciona-se na mesma direção ao declarar: "consideramos a argumentação como um modo de gestão discursiva do desacordo[60]". A autora destaca que essa definição não significa que todo diálogo seja um combate, nem que o conflito predomine em toda troca argumentativa, mas que a confrontação entre um discurso e um contra-discurso pode realizar-se de modo conflituoso ou cooperativo. Nessa perspectiva, complementa que "mesmo uma confrontação argumentativa violenta supõe uma parte importante de cooperação: para agredir-se verbalmente, é preciso colaborar, coordenar-se, enfim, é preciso que cada um dê a sua contribuição[61]" (ibid. p. 22). Contudo, o desacordo, seja ele explicitado de modo mais conflituoso ou cooperativo, representa uma ameaça para a relação, o que vincula a argumentação à questão da gestão de faces e, portanto, à polidez linguística.

De acordo com Benoît (1987, apud. PLANTIN, 1996, p. 10) "o desacordo, sendo uma ameaça para a relação, a argumentação funciona como episódio regulador no fim do qual a perturbação desaparece e a relação é 'reparada'[62]". Alain Boyer afirma que

> trocar argumentos, submeter cada um deles à sutil ponderação de prós e contras, já é instalar-se sem ingenuidade na não-violência. É reconhecer o outro como sujeito, ou seja, não apenas o destinatário passivo dessas opiniões, mas também o seu crítico potencial. É recusar-se a mantê-lo sob seu controle sem reciprocidade, e é realmente lhe dar a oportunidade de

---

[58] Destaques do autor.

[59] L'ancrage de l'argumentation dans la contradiction, dans "le choc des discours", est pour moi un postulat de base, qui se reflète dans la définition même de l'objet d'étude. Contradiction et question sont d'une importance centrale pour l'argumentation. L'existence d'une contradiction caractérise aussi bien une simple dispute ou un pugilat ; sa transformation en une question marque un stade décisif dans "l'ontogenèse" de l'argumentation.

[60] "on considérera l'argumentation comme un mode de gestion discursive du désaccord."

[61] "Et même une confrontation argumentative violente suppose une part importante de coopération : pour s'étriper verbalement, il faut collaborer, se coordonner, bref, il faut que chacun y mette du sien".

[62] "Le désaccord étant une menace pour la relation, l'argumentation fonctionne comme épisode régulateur, au terme duquel la perturbation disparaît et la relation est 'réparée'."

> resistir: se ele não tem essa opinião, nós não jogamos esse jogo[63] (BOYER, 1995, p. 25-27).

Assim, a argumentação atenuaria o desacordo, além de reconhecer o outro enquanto sujeito ativo nesse processo, e não como um mero expectador passivo, o que seria uma marca de valorização de sua face. Porém, a discordância que dá origem aos eventos argumentativos representa uma ameaça à face do interlocutor, o que aponta para a necessidade de evitar ou atenuar a manifestação de dissensões ou, ainda, de posicionar-se sem ferir as regras de polidez a fim de preservar a relação interpessoal e facilitar a obtenção da colaboração ou do acordo do outro. "A polidez tem, fundamentalmente, uma função de regulação da relação interpessoal[64]" (KERBRAT-ORECCHIONI, 1992, p.159).

Plantin (1996, p. 10) destaca que as regras de polidez, que servem para "neutralizar conflitos potenciais" (Kerbrat-Orecchioni, 1992, p. 163), jogariam contra o desenvolvimento das argumentações nas trocas conversacionais, pois fariam com que as situações de contradição se manifestassem com maior dificuldade devido à importância da preservação da relação. Caso essa preocupação não exista, a interação estaria, portanto, mais suscetível ao surgimento de discussões e conflitos. Todavia, a situação de comunicação bem como o contrato que a rege são de suma importância na configuração das manifestações de desacordo e no emprego de procedimentos de argumentação e polidez, como destacaremos logo mais.

A fim de discutir, no Capítulo 4, a respeito dessa complexa articulação existente entre argumentação e polidez linguística, abordaremos, a seguir, de modo mais específico, a negociação da relação interpessoal.

II. A negociação da relação interpessoal: a polidez linguística

A teoria de Penelope Brown e Stephen Levinson (1987[1978]) tem sido a mais célebre e elaborada no âmbito dos estudos dos fenômenos de polidez verbal, tanto dentro de uma mesma língua e cultura quanto em perspectivas contrastivas. A

---

[63] "échanger des arguments, soumettre chacun d'eux à la subtile pesée du pour et du contre, c'est déjà s'installer sans naïveté dans la non-violence. C'est reconnaître l'autre comme sujet, à savoir non seulement le destinataire passif de ces opinions, mais aussi leur critique potentiel. C'est se refuser à le tenir sous son contrôle sans réciprocité, et c'est lui accorder effectivement la possibilité de résister : s'il n'a pas cette opinion, nous ne jouons pas ce jeu".

[64] "La politesse a fondamentalement une fonction de régulation de la relation interpersonnelle."

concepção de polidez desenvolvida por esses autores baseia-se na noção de “face” introduzida por Goffman (1974) definida como a autoimagem pública que o indivíduo constrói de si e que pretende ver preservada. Nas palavras do autor,

> Podemos definir o termo *face*[65] como o valor social positivo que uma pessoa efetivamente reivindica para si por meio da linha de ação que os outros pressupõem que ela tenha adotado durante um contato particular. A face é uma imagem de si delineada segundo certos atributos sociais aprovados e, no entanto, compartilhados, já que oferecer uma boa imagem profissional, por exemplo, é oferecer uma boa imagem de si próprio[66] (GOFFMAN, 1974, p. 09).

Goffman definiu que um indivíduo, ao interagir, deve preservar sua face, assim como a face de seu interlocutor. Brown e Levinson (1987[1978]) ampliaram o conceito de face goffmaniano introduzindo, ao seu lado, a noção de território. Ambas as denominações, face e território, foram rebatizadas, respectivamente, como face positiva e face negativa. A face positiva corresponde à imagem de si e ao desejo de ser aceito, reconhecido e valorizado pelo parceiro de interação, ao passo que a face negativa corresponde à zona de liberdade de ação do eu no interior da qual os indivíduos têm o direito de agir conforme seus desejos. Dessa maneira, em toda interação há a presença da face positiva e negativa do enunciador e as correspondentes de seu enunciatário.

Considerando que grande parte dos atos de linguagem é, potencialmente, ameaçadora de alguma das faces envolvidas na interação, o desejo de preservação das faces é frequentemente invalidado. Assim, no intuito de preservar sua própria face o enunciador pode ameaçar a de seu interlocutor em virtude dos riscos inerentes às relações sociais. Goffman (1974) esclarece que os participantes resolvem essa contradição efetuando um incessante trabalho de figuração (*face-work*) que designa o conjunto de estratégias empregadas pelo enunciador para que ninguém perca sua face, inclusive ele próprio. Esse trabalho de faces é o que Brown e Levinson entendem por polidez a qual, segundo Kerbrat-Orecchioni

---

[65] Grifo do autor.

[66] “On peut définir le terme *face* comme étant la valeur sociale positive qu’une personne revendique effectivement à travers la ligne d’action que les autres suposent qu’elle a adoptée au cours d’un contact particulier. La face est une image de moi délinée selon certains attributs sociaux approuvés, et néanmoins partageables, puisque, par exemple, on peut donner une bonne image de sa profession ou de sa confession en donnant une bonne image de soi.”

> aparece como um meio de conciliar o desejo mútuo de preservação das faces com o fato de que a maior parte dos atos de linguagem produzidos ao longo da interação é, potencialmente, ameaçadora para uma ou outra dessas mesmas faces[67] (KERBRAT-ORECCHIONI, 2005, p. 195).

Para designar esses atos ameaçadores à face, Brown e Levinson criam a noção de *Face Threatening Acts* (FTAs). Kerbrat-Orecchioni (1996, p. 51) apresenta uma síntese das estratégias que podem ser colocadas a serviço da polidez dividindo-as em quatro categorias:

- Atos ameaçadores da face positiva do interlocutor: designam todos os atos que colocam em risco a autoestima do outro (crítica, contestação, insulto, injúria, etc.);
- Atos ameaçadores da face negativa do interlocutor: reúnem todas as violações territoriais de natureza verbal (perguntas indiscretas, atos diretivos - ordem, proibição – conselho ou pedido, etc.) e não-verbal (agressões visuais, contatos corporais indevidos, etc.);
- Atos ameaçadores da face positiva do locutor: referem-se a todos os comportamentos autodegradantes (confissões, pedido de desculpas, etc.);
- Atos ameaçadores da face negativa do locutor: designam todos os atos que atingem o território daquele que os realiza (oferta, promessa, etc.).

Um dos interesses centrais dessa representação é evidenciar o caráter ambivalente da maioria desses atos. O conselho, por exemplo, ao mesmo tempo que pode ser um ataque à face do interlocutor, por passar a imagem de que não é capaz de resolver sozinho seus problemas, além de interferir na sua liberdade de ação, pode também configurar-se como um ato ameaçador para o enunciador, caso tenha como reação a recusa de sua declaração, ou ainda, se o interlocutor habituar-se a pedir, sistematicamente, a sua opinião, o que pode ferir, igualmente, a sua liberdade de ação.

Ainda, alguns tipos de atos podem favorecer a manifestação do desacordo ao longo da interação e suscitar a apresentação de argumentos, por exemplo: discordar, recusar, impor, insultar, etc. O ato de linguagem “discordar” representa uma ameaça tanto para a face positiva dos interlocutores quanto negativa. No primeiro caso, um deles é considerado como alguém que está errado (“Seu

[67] “la politesse apparaît comme un moyen de concilier le désir mutuel de préservation des faces, avec le fait que la plupart des actes de langage sont potentiellement menaçants pour telle ou telle de ces mêmes faces”.

raciocínio não procede" ou, ainda, "Ele está tentando me enganar") e, no segundo, um deles será obrigado a revisar suas opiniões.

Para Brown e Levinson, em um contexto de vulnerabilidade mútua das faces, os interactantes procurarão evitar os atos ameaçadores ou empregarão certas estratégias para minimizar a ameaça. A escolha desses procedimentos estaria regida por três fatores:

- a relação de poder (P) – refere-se, basicamente, ao poder do enunciador sobre o enunciatário;
- a distância social (D) – relaciona-se ao grau de conhecimento mútuo dos interactantes e à frequência de ocorrência de suas interações verbais;
- o grau de imposição do ato de fala (G) – fundamenta-se no fato de que o grau de imposição de um ato de fala pode ser mais ou menos impactante de cultura à cultura.

Na realização de um FTA, esses fatores, *a priori,* se combinariam do seguinte modo: quanto maior for (P), (D), e (G) entre os participantes, maior será o grau de polidez presente na interação e, por conseguinte, maiores serão as circunstâncias que levariam ao uso de estratégias de atenuação. No entanto, apesar dos indivíduos terem consciência da necessidade de uso dessas estratégias, nem sempre é o que ocorre.

Ainda que a importância e a aceitação das propostas de Brown e Levinson sejam inegáveis, uma série de falhas lhes são apontadas. Kerbrat-Orecchioni destaca, por exemplo, que as representações da interação desenvolvidas por esses autores enfatizam, essencialmente, seu caráter ameaçador. Nesse sentido, afirma que

> essa concepção muito negativa é excessivamente redutora, visto que a polidez consiste também em produzir "antiameaças"[68]: se um grande número de atos de linguagem são de fato potencialmente ameaçadores para as faces dos interlocutores, alguns deles, ao contrário, tendem a ser mais valorizadores para essas mesmas faces, como o elogio, o agradecimento, ou os votos (KERBRAT-ORECCHIONI, 2005, p. 88).

Partindo da constatação de que alguns atos são mais lisonjeadores do que ameaçadores, a autora introduz no modelo teórico de seus antecessores os *Face Flattering Acts* (FFAs), ou atos valorizadores, para designar todo ato que provoca um efeito positivo na face dos participantes da interação. Kerbrat-Orecchioni (ibid., p.

[68] Destaque da autora.

196) afirma que os lisonjeadores assemelham-se aos atos conviviais (oferecer, convidar, felicitar, agradecer, etc.) propostos por Leech (1996 [1983]) devido ao seu caráter mais cortês e à sua forma mais positiva.

Dessa maneira, todo ato de linguagem pode, portanto, ser descrito como um FTA, um FFA, ou um complexo desses dois componentes. A contribuição de Kerbrat-Orecchioni permitiu a formação de dois grupos: a polidez negativa, que consiste em evitar a produção de um FTA ou em suavizar sua realização, e a polidez negativa, em que o indivíduo produz atos lisonjeadores. De acordo com a autora (2005, p.198), a polidez negativa é de natureza abstencionista ou compensatória, pois consiste em evitar a produção de um FTA ou amenizá-lo por algum procedimento de atenuação. A polidez positiva, ao contrário, é de natureza producionista, uma vez que consiste em efetuar algum FFA para a face negativa do co-enunciador.

Nesse sentido, no primeiro caso, para diminuir a força ilocutória de um ato ameaçador, os interlocutores recorrem a procedimentos que Brown e Levinson (1987[1978]) denominam atenuadores, ao passo que os atos lisonjeadores são, em geral, acompanhados de intensificadores. Nas palavras de Kerbrat-Orecchioni (1996, p. 59), "d'une manière générale, les locuteurs ont tendance à adoucir la formulation des actes menaçants, et à renforcer celle des actes valorizants, à litotiser les énoncés impolis et hyperboliser les énoncés polis[69]". O funcionamento da polidez positiva é muito menos complexo do que o da polidez negativa. Ao realizar um ato valorizador, como o agradecimento, há o emprego de formas intensificadas, como "muito obrigada", "muitíssimo obrigada" enquanto que, no segundo caso, diversos procedimentos podem ser empregados a serviço da polidez negativa.

Os procedimentos atenuadores, *softers* para Brown e Levinson (ibid.), *mitigators* para Fraser (1980), podem ser de natureza paraverbal (tom da voz, marcas de hesitação, etc.), não-verbal (sorrisos, gestos, etc.) e verbal, estratégia que nos interessa especificamente. Os atenuadores verbais reúnem-se em duas categorias, a saber, os "substitutivos", que substituem a expressão ameaçadora por uma formulação mais suavizada, e os "acompanhadores", que acompanham o ato

[69] "de uma maneira geral, os locutores tendem a suavizar a formulação dos atos ameaçadores e a reforçar a dos atos valorizadores, a 'litotizar' os enunciados impolidos e a hiperbolizar os enunciados polidos."

ameaçador com uma espécie de partícula minimizadora de suas possíveis consequências negativas.

Dentre os procedimentos substitutivos, podem ser citados os atos de linguagem indiretos, os desatualizadores modais, temporais e pessoais, o uso dos pronomes pessoais, as figuras de estilo, como a lítotes e o eufemismo, e o tropo comunicacional. Em relação aos procedimentos acompanhadores, os interagentes podem fazer uso de fórmulas de polidez, enunciados preliminares, procedimentos reparadores, apaziguadores, modalizadores e minimizadores.

Com papel oposto aos atenuadores, os intensificadores reforçam os atos de linguagem aumentando seu impacto. Ao acompanharem um FTA, maximizam a agressividade da ameaça (Você fala *muito* alto!); se forem empregados com um FFA, reforçam seu caráter de polidez (Minhas *mais* sinceras felicitações!).

Kerbrat-Orecchioni postula que

> esses inúmeros procedimentos implicam uma 'sobrecarga cognitiva' tanto para o emissor quanto para o receptor da mensagem, e seu uso constante permaneceria um enigma se a teoria da polidez não viesse colocar diante de nossos olhos uma explicação convincente: é que essas formulações alambicadas implicam um custo adicional que é amplamente compensado pelo benefício psicológico que elas fornecem aos parceiros presentes (KERBRAT-ORECCHIONI, 2005, p. 88).

Nessa perspectiva, a originalidade das propostas teóricas de Brown e Levinson, que entrelaçaram as teorias de Searle (1972) e Goffman (1974), consiste em atualizar a noção de ato de linguagem considerando seus efeitos nas faces dos participantes de uma interação, o que permitiu explicar vários fatos antes nebulosos, como o uso frequente dos atos de linguagem indiretos, a formulação desses atos, ora atenuados, ora intensificados, bem como seus fenômenos de encadeamento, que revelam, a partir da realização de um determinado ato iniciativo, certos tipos de encadeamentos preferidos, ou seja, dentro do paradigma de possíveis atos reativos, há o uso de encadeamentos preferidos, que correspondem, normalmente, aos encadeamentos polidos (afirmação/ acordo, solicitação/aceitação, etc.) e outros não preferidos, que coincidem com os encadeamentos não-polidos (asserção/refutação, solicitação/recusa). Kerbrat-Orecchioni afirma que "*esse sistema de organização preferencial vai ao encontro do sistema de polidez*[70]" (ibid., p. 91).

[70] Grifo da autora.

Ainda que se admita a existência da polidez em todas as sociedades humanas (Kerbrat-Orecchioni, 2005, p. 295), suas formas e condições de aplicação variam de uma sociedade a outra. Como os membros das diferentes culturas são, geralmente, inconscientes dessas especificidades, correm o risco de provocar descompassos interacionais em um cenário de comunicação intercultural. Assim, as análises comparativas podem revelar os princípios gerais constitutivos de cada sistema de polidez e levar a uma melhor compreensão da lógica cultural própria de cada cultura e, por conseguinte, de seu perfil comunicativo. No caso da presente pesquisa, que tem como ponto de partida a realização de um ato de linguagem ameaçador para a face dos interlocutores, a saber, “discordar”, que inaugura um evento argumentativo em que há conflito de opiniões, a polidez, enquanto reguladora da relação interpessoal e do equilíbrio ritual, desenvolve papel fundamental nesse processo e pode apresentar importantes variações de uma cultura a outra, haja vista as particularidades da situação de comunicação em questão.

Como temos o propósito de revelar possíveis analogias e disparidades entre dois sistemas discursivos distintos a fim de colocar em paralelo os comportamentos comunicativos de brasileiros e franceses em situação de dissensão, embora esta pesquisa não trate, precisamente, da comunicação intercultural, acreditamos que a análise comparativa que propõe possa contribuir para que esses indivíduos, ao desenvolverem uma maior consciência das variações culturais existentes entre ambas as línguas-culturas, em caso de encontro intercultural, sejam capazes de melhor regular suas trocas comunicativas, evitando ou atenuando possíveis conflitos interacionais provocados por desconhecimento de certas especificidades.

Portanto, ainda que não se ocupe, diretamente, do contato intercultural, este estudo talvez possa contribuir com esse universo. Reconhecendo a relevância das questões interculturais, sobretudo nos tempos atuais, de intenso contato “inter-nacional”, dedicaremos as próximas linhas a explicitar a importância dos estudos interculturais abordando as diferentes concepções que os envolvem na atualidade.

1.3. O cultural nas interações: a perspectiva intercultural

De acordo com Cohen-Emerique (2011, p. 10) o termo intercultural surgiu nos anos de 1970 nos Estados Unidos e foi retomado pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura) e pelo Conselho da Europa e da União Europeia. Essas duas instituições evocam sucessivamente: "a formação de professores voltada para uma educação em prol da 'compreensão intercultural', a necessidade de abordar as migrações segundo uma 'abordagem intercultural', de incluir 'a dimensão intercultural' ou, ainda, de favorecer a 'educação e a formação interculturais'[71]" (Dehalu, 2006, p. 24 apud COHEN-EMERIQUE, 2011, p. 10). Nos dias atuais, o intercultural, ou interculturalidade, pode designar, ainda, uma concepção político-ideológica das modalidades de coexistência da diversidade cultural no seio de uma mesma sociedade bem como um campo de pesquisas do domínio das ciências humanas.

A respeito de sua concepção político-ideológica, o intercultural denota as relações simétricas e horizontais entre duas ou mais culturas que se enriquecem mutuamente e contribuem, desse modo, com o desenvolvimento de uma maior plenitude humana. Pressupõe a existência e o reconhecimento do outro, aquele que, por suas diferentes concepções, valores e práticas, acaba gerando um melhor conhecimento mútuo, provocando, inclusive, uma maior consciência da culturalidade dos indivíduos, pois o outro lhes permite descobrir e admitir a relatividade do seu universo cultural e, ainda, revelar evidências antes nebulosas ou desconhecidas dentro de sua própria identidade.

Enquanto campo de pesquisa, refere-se ao estudo da diversidade cultural com o propósito de compreender as sociedades e os indivíduos provenientes de grupos sociais e étnicos diferentes - contexto em que se enquadra o presente estudo - os fenômenos ligados às mudanças culturais, sociais e psicológicas provocadas pelo contato de grupos pertencentes a culturas diferentes, os processos de interações entre indivíduos e grupos de diferentes origens culturais, assim como as condições de existência das sociedades multiculturais.

---

[71] "la formation des enseignants à une éducation pour "la compréhension interculturelle", la nécessité d'aborder les migrations selon une " approche interculurelle", d'inclure "la dimension interculturelle", ou encore de favoriser "l'éducation et la formation interculturelles."

É evidente que, independentemente de qualquer contexto, o intercultural baseia-se, fundamentalmente, na relação com o outro que, por sua vez, concretiza-se nas interações nas quais os indivíduos engajam-se mutuamente. Consideramos, portanto, a perspectiva interacionista como uma das abordagens epistemológicas do intercultural, uma vez que se alicerça na relação dialógica do eu com o outro. Trata-se de uma autêntica "inter-ação", em que os interactantes agem mutuamente entre si, tal como o processo de relação especular que fundamenta o discurso intercultural, em que o outro, por sua diferença, torna-se revelador de quem sou eu. Em referência ao intercultural Philippe Blanchet afirma que

> esse processo de identificação é um processo mútuo, dialógico que torna possível o "sentimento de si" no sentido da auto-identificação. [...] É ao identificar o Outro que nos identificamos, no olhar do Outro e em relação ao Outro. O processo passa necessariamente por uma relação entre o Um e o Outro: é porque o Um pode identificar o Outro que o Outro, por sua vez, pode identificar o Um compartilhando papéis[72]" (BLANCHET, 2004, p. 19).

Para Blanchet (2004) a noção de interculturalidade remete, na atualidade, mais a uma metodologia do que a uma teoria abstrata. Justifica que, por essa razão, prefere o uso da expressão abordagem intercultural. Segundo o autor, a ideia fundamental resume-se no interesse pelo o que acontece, concretamente, no decorrer de uma interação em que seus interlocutores, provenientes de comunidades comunicativas diferentes, não compartilham os mesmos esquemas culturais, ainda que se comuniquem na mesma língua. Em consequência da variação existente entre diferentes esquemas interpretativos, ou até mesmo em função de preconceitos (estereótipos, etc.), cabe à abordagem intercultural prevenir, identificar ou regular os mal-entendidos. Em termos de ensino-aprendizagem de línguas e outras culturas, busca-se, além do objeto língua-cultura, o respeito mútuo pela compreensão mútua.

A interculturalidade vai, portanto, muito além de uma comparação teórica entre duas ou mais culturas, pois consiste em um diálogo em que os indivíduos envolvidos possam vivenciar um processo de aprendizagem e de transformação, abrindo-se para a alteridade alheia. Em razão dos novos contornos de um mundo de

---

[72] "ce processus d'identification est un processus mutuel, dialogique, qui rend possible le « sentiment de soi » au sens d'auto-identification. [...] C'est en identifiant l'Autre qu'on s'identifie soi-même, dans le regard de l'Autre et par rapport à l'Autre. Le processus passe en effet nécessairement par une relation entre l'Un et l'Autre: c'est parce que l'Un peut identifier l'Autre que l'Autre, à son tour, peut identifier l'Un en mutualisant les rôles."

movimentos migratórios e contínuos, a interculturalidade extrapola a esfera acadêmica para tornar-se noção-chave da UNESCO. De acordo com essa organização, "todas as culturas são o produto da comunicação intercultural. A história humana é a narração das peregrinações e dos percursos que lhe deram origem[73]" (UNESCO, 2013, p. 04). A UNESCO considera, igualmente, que a atitude de decifrar outras culturas de modo imparcial e significativo supõe um espírito aberto, pluralista e, ainda, uma consciência de sua própria identidade cultural. Destaca, portanto, que

> uma cultura que mede, sem indulgência, suas pontos fortes e limitações é capaz de ampliar seus horizontes e enriquecer seus recursos intelectuais e espirituais, tirando lições de concepções epistemológicas, éticas e estéticas e de visões de mundo diferentes da sua[74] (UNESCO, 2013, p. 04).

Em um mundo em que as fronteiras entre as nações, culturas e línguas tornam-se, progressivamente, mais permeáveis e, por conseguinte, mais complexas, surge a necessidade de preparar os indivíduos para negociar suas fronteiras culturais, bem como para encontros e vivências com outras culturas.

A partir do momento em que a maneira como os indivíduos gerenciam o encontro com o outro transformou-se em objeto de estudo, os termos competência intercultural e tomada de consciência intercultural passaram a figurar frequentemente nos principais documentos norteadores do ensino de línguas estrangeiras. Alvino E. Fantini e Aqeel Tirmizi definem as competências interculturais como a

> capacidade de navegar habilmente entre ambientes complexos, marcados pela crescente diversidade de povos, culturas e modos de vida, ou seja, a capacidade de desempenhar seu papel "de forma eficaz e apropriada nas interações com os outros, diferentes devido à língua e cultura"[75] (FANTINI E TIRMIZI, 2006 apud UNESCO, 2013, p. 05).

---

[73] "toutes les cultures sont le produit de la communication interculturelle. L'histoire humaine est le récit des pérégrinations et des parcours qui leur ont donné le jour."

[74] "une culture qui mesure sans indulgence ses points forts et ses limites est à même d'élargir ses horizonts et d'enrichir ses ressouces intelectuelles et spirituelles en tirant des enseignements de conceptions épistémologiques, éthiques et esthétiques et de visions du monde autres que les siennes."

[75] "aptitude à naviguer habilement parmi des milieux complexes, marqués par la diversité croissante des peuples, des cultures et des modes de vie, autrement dit l'aptitude à jouer son rôle 'de manière efficace et appropriée dans les interactions avec les autres, différents par la langue et la culture'."

A relevância da competência intercultural é igualmente discutida no Relatório Mundial da UNESCO de 2009, em que seu status é colocado no mesmo nível de disciplinas básicas:

> é uma nova competência básica, tão importante quanto a leitura, a escrita ou o domínio do cálculo: a alfabetização cultural, que se tornou o ponto essencial do mundo de hoje, um recurso fundamental para tirar proveito das muitas formas que a educação pode tomar [...], bem como uma ferramenta indispensável para superar o "choque da ignorância"[76] (UNESCO, 2009 apud UNESCO, 2013, p. 05).

A aquisição da competência intercultural facilita, portanto, as relações e as interações entre pessoas provenientes de culturas diversas. Dentre os diferentes elementos que a compõem, a competência comunicacional intercultural ocupa lugar central. De acordo com a UNESCO,

> a noção de competência comunicativa desenvolvida por Hymes foi amplamente aplicada ao ensino de línguas, em que os alunos precisam, evidentement, não só aprender a formar frases gramaticalmente corretas, mas também saber "quando dizer o quê e a quem". O contexto é decisivo na interpretação da linguagem e do comportamento, e esse aspecto é o mais difícil de entender para qualquer pessoa que esteja fora de um grupo[77] (UNESCO, 2013, p. 17).

O Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas (CECR), do mesmo modo, reporta-se ao desenvolvimento de aprendizes capazes de compreender diferentes comportamentos culturais. A maneira pela qual esses comportamentos são apreendidos, dada sua importância, foi um dos pontos que mais atraiu o interesse dos pesquisadores da aprendizagem cultural.

Nesse sentido, Michael Byram afirma que,

> nas primeiras pesquisas de Gardner e Lambert (1972), a noção de "motivação integrativa"- como desejo de aprender uma língua para se aproximar, em certo sentido, de seus locutores e cultura - foi considerada como a melhor garantia de sucesso. Mas, mais tarde, outras pesquisas

---

[76] "C'est là une nouvelle compétence de base, tout aussi importante que la lecture, l'écriture ou la maîtrise du calcul: l'alphabétisme culturel, qui est devenu une clé de voûte du monde d'aujourd'hui, une ressource fondamentale pour mettre à profit les multiples formes que peut prendre l'éducation [...] ainsi qu'un outil indispensable pour surmonter le 'choc des ignorances'."

[77] "la notion de compétence communicationnelle développée par Hymes a été largement appliquée dans l'enseignement des langues, où les élèves ont évidemment besoin non seulement d'apprendre à former des phrases grammaticalement correctes mais aussi de savoir 'quand dire quoi à qui'(Canale et Swain, 1980 ; Celce-Murcia, 2007). Le contexte est déterminant dans l'interprétation du langage et du comportement, et c'est cet aspect qui est le plus difficile à saisir pour toute personne extérieure à un groupe."

> (Dörnyei, 2001) mostraram que a motivação "instrumental" pode ser mais importante do que a motivação integrativa, dependendo do contexto social de aprendizagem. Se nas representações dos alunos não existe nenhum vínculo entre a língua aprendida e os falantes nativos [...] a motivação "instrumental" ou “pragmática" parece ser um conceito que melhor reflete o sucesso de aprendizagem[78] (BYRAM, 2011, p. 254).

Trata-se, portanto, de levar os aprendizes a desenvolver ferramentas metacomunicativas pelo intermédio do conhecimento de diferentes esquemas culturais que lhes conscientizarão dos aspectos interculturais de suas interações e lhes fornecerão recursos para melhor regular suas trocas comunicativas com indivíduos pertencentes a outras culturas. Baseando-nos nas observações levantadas pela UNESCO (2013) e por Byram (2011) que destacam, respectivamente, a competência comunicacional intercultural como saber “quando dizer o quê e a quem” (CANALE et SWAIN, 1980; CELCE-MURCIA, 2007), a importância do contexto na interpretação da linguagem e do comportamento e, ainda, o possível sucesso da aprendizagem fundamentada na motivação pragmática (DÖRNYEI, 2001), pode-se dizer que os estudos pragmáticos vão ao encontro, direta ou indiretamente, dos principais propósitos estabelecidos no ensino da competência intercultural.

Como as regras pragmáticas fazem parte da aquisição da língua materna de todo locutor, também devem ser ensinadas aos aprendizes de uma língua estrangeira, uma vez que fazem parte da competência comunicativa dos falantes nativos e envolvem o conhecimento de modos de dizer que são culturalmente construídos. Aprender uma língua, maior expressão de uma cultura, é a porta de acesso à alteridade e um convite para transformar o que antes era “estrangeiro” em algo familiar.

Posto que a análise das interações realizada a partir da perspectiva pragmática traz consigo, além da descrição do sistema linguístico, a representação do sistema cultural de determinada sociedade, Lorenza Mondada evidencia o papel determinante da interação enquanto lugar de sociabilidade e de socialização

---

[78] "dans les premières recherches de Gardner e Lambert (1972), la notion de ‘motivation intégrative’ – comme désir d’apprendre une langue pour être plus proche, d’une certaine manière, de ses locuteurs et de leur culture – a été considérée comme le meilleur garant de succès. Mais, plus tard, d’autres recherches (Dörnyei, 2001) ont montré que la motivation ‘instrumentale’ peut être plus importante que la motivation intégrative, ceci en fonction du contexte social d’apprentissage. Si dans les représentations des apprenants aucun lien n’est établi entre la langue apprise et ses locuteurs natifs [...] la motivation ‘instrumentale’ ou ‘pragmatique’ semble être un concept qui rend mieux compte de la réussite dans les apprentissages."

(aquisição e aprendizagem), assim como na instauração e manutenção das instituições e das organizações. Nesse sentido, Mondada declara que

> A interação desempenha um papel constitutivo no estabelecimento e na transformação da ordem social, da ordem gramatical e da ordem cognitiva. Ela é o lugar fundamental da sociabilidade, da socialização (aquisição, aprendizagem) e do estabelecimento e manutenção de instituições e organizações. Em decorrência disso, a observação e a descrição de momentos interacionais-chave podem esclarecer a organização de estruturas sócio-institucionais mais amplas[79] (MONDADA, 2006, p. 04).

Em busca desse processo de compreensão cultural e intercultural, dado que a interação é o "lugar primordial de constituição da ordem social", como postulam Sacks e Schegloff (1979), Mondada relata a importância da observação e descrição de momentos interacionais-chave para esclarecer a organização de estruturas sócio-institucionais mais amplas. Nesse sentido, não se pode deixar de destacar, dentro do domínio das estruturas sócio-institucionais, a relevância da observação das situações profissionais que contribuem não somente com os conhecimentos práticos sobre os interactantes que estão atuando em campo, mas também com o entendimento sobre a ação humana, afinal, a palavra em ação configura-se como um recurso central para o exercício de inúmeras tarefas profissionais que também estão inseridas no discurso da vida cotidiana, como negociar, resolver conflitos, argumentar, tomar decisões, justificar escolhas, etc.

Assim, a partir dos anos 80, um número importante de pesquisas passou a explorar as interações institucionais e as situações de trabalho, apreendidas no decorrer de sua realização, que representam e constituem as estruturas sociais, institucionais e econômicas de uma determinada comunidade comunicativa. Fundados na observação das práticas linguageiras que se realizam em contextos institucionais e profissionais variados, esses estudos permitem tornar acessíveis discursos autênticos que ocorrem no interior de organizações, como empresas, hospitais, escolas, etc., aos quais grande parte dos indivíduos era alheia, no intuito de levar à melhor compreensão das estruturas discursivo-sociais das sociedades.

Considerando o alto nível de ritualização que apresentam as interações profissionais, pode-se presumir que os conflitos decorrentes do desconhecimento da

---

[79] "L'interaction joue un rôle constitutif dans l'établissement et la transformation de l'ordre social, de l'ordre grammatical et de l'ordre cognitif. Elle est le lieu fondamental de la sociabilité, de la socialisation (acquisition, apprentissage) et de l'instauration et maintien des institutions et des organisations. Il en découle que l'observation et la description de moments interactionnels-clés peut éclairer l'organisation de structures socio-institutionnelles plus vastes."

natureza dessas trocas comunicacionais possam colocar em risco o bom desenvolvimento da interação. Além disso, em situação de trabalho, essa falta de compreensão mútua pode ter consequências muito delicadas dado o elevado nível de coerções e responsabilidades que envolve o ambiente profissional. Nesse sentido, na última década, assistimos a uma eclosão de materiais didáticos e formações que se reportam aos contextos profissionais a fim de preparar discursivamente e, consequentemente, instrumentalmente, locutores não-nativos de uma língua para atuar em ambientes especializados. A título de exemplificação, em língua francesa, podemos citar o surgimento de novas propostas didáticas, como o "Francês de especialidade[80]" e o "Francês com objetivos específicos[81]", que se baseiam, fundamentalmente, na preparação comunicacional de locutores que fazem um uso específico da língua, ainda que também tenham acesso a contextos discursivos cotidianos e gerais.

O Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas (CECR) também atesta a importância do âmbito profissional ao destacar, além das competências individuais, o "domínio profissional" para o qual os aprendizes de uma língua estrangeira devem ser preparados, bem como para o público, o social e o privado.

Nessa perspectiva, acreditamos que os estudos realizados em situações de trabalho são fundamentais para a melhor compreensão das estruturas discursivo-sociais de uma sociedade, mas também como suporte para o desenvolvimento de novas propostas didáticas e de manuais escolares que explorem os contextos profissional, intercultural, ou mesmo, de modo mais amplo, o de ensino de línguas estrangeiras. Consideramos, assim, que os estudos das interações profissionais contribuam, profundamente, com o desenvolvimento de uma consciência intercultural no âmbito educativo. Byram (2011) destaca que essa conscientização pode realizar-se pelo intermédio de manuais de ensino que defendam a representação do intercultural, bem como por uma análise de documentos autênticos utilizados em sala de aula, afinal, revelam e veiculam, em geral, profundos princípios ideológicos.

Assim, no próximo capítulo, trataremos das interações de trabalho, domínio em que se insere as interlocuções examinadas, a fim de proporcionar uma melhor compreensão de nosso objeto de estudo e delimitá-lo. Para tanto, discutiremos a

---

[80] Français de spécialité
[81] Français sur Objectifs Spécifiques

respeito das características internas e externas das ligações de televendas sob as quais repousa esta pesquisa baseando-nos em Vion (2000 [1992]), abordaremos os aspectos centrais relativos à conceituação dos termos televendas, *telemarketing* e *marketing,* a natureza das empresas envolvidas neste estudo e, ainda, o tipo de operação de *Call Center* ao qual pertencem as ligações telefônicas sob análise.

CAPÍTULO 2 - CONCEITUANDO E DELIMITANDO O OBJETO DE ESTUDO: AS INTERAÇÕES DE TRABALHO

2.1. As ligações de televendas: interações verbais e paraverbais

A relação telefônica é parte integrante, exclusivamente, da comunicação oral e, assim sendo, apresenta algumas desvantagens específicas se comparadas às interações face à face. O fato de não poder ver o interlocutor apresenta ao enunciador dificuldades de comunicar totalmente a sua mensagem, pois é privado de toda comunicação não-verbal - ou seja, o olhar, os gestos e as atitudes - que não pode ser expressa via telefone, mas estaria presente em uma interação face à face, uma comunicação multicanal.

O olhar é um agente privilegiado da comunicação, uma vez que, sozinho, pode transmitir diferentes emoções como a felicidade, a tristeza, a ira, etc., referenciais muito importantes, por exemplo, ao estabelecer-se o primeiro contato com o interlocutor. Quantos vendedores não puderam forçar uma venda presencial graças a um olhar de simpatia da parte do cliente? A ausência de gestos impede, igualmente, que o operador perceba se o seu parceiro está mais receptivo, mais resistente, impaciente, etc. e, ainda, o priva de considerar suas atitudes, o que lhe permitiria avaliar o seu modo de ser, de se portar, etc.

Assim, o operador de televendas só pode contar com a voz, as palavras, os ritmos, as entonações, os risos, para tentar criar uma atitude telefônica apta para transformar o telefone em ferramenta de conquista comercial do cliente. Nesse caso, portanto, somente o material verbal e paraverbal é pertinente, uma vez que os elementos não-verbais não possuem, no telefone, função na comunicação.

2.2. Que tipo de interação?

Ao longo de nosso trabalho, fazemos uso do termo conversação em sua acepção mais genérica, ou seja, em uma relação de sinonímia com a palavra interação, para designar o evento comunicacional a partir do qual se desenvolve esta análise, assim como Schegloff (1968) e Goffman (1974), que adotam uma

acepção extensiva do termo conversação empregando-o como equivalente à interação verbal face à face e, ainda, como Roulet & al. (1980), que utiliza o termo conversação ao referir-se a trocas comunicativas realizadas entre um livreiro e um cliente.

Entretanto, em razão da grande diversidade que repousa sobre esse termo, Robert Vion (2000 [1992], p. 120) defende que “o primeiro trabalho a ser feito quando se deseja apreciar os principais tipos de interações que estruturam a vida social, [...] consiste em definir a interação específica que é a conversação[82]”. O autor (ibid., p. 121) complementa afirmando que "a conversação não é um termo abrangente destinado a supervisionar situações e comportamentos diferenciados, mas um termo coberto e delimitado em sua extensão[83]".

Assim, as interações profissionais que constituem os nossos *corpora* podem ser descritas segundo alguns critérios que permitem distingui-las de outras interlocuções. Dedicaremos, pois, as próximas linhas a apresentar as características fundamentais do tipo de conversação do qual nos ocupamos, fundamentando-nos em Vion (2000 [1992]), que caracteriza os grandes tipos de interações os quais opõe a partir de alguns critérios predefinidos. Abordaremos, a seguir, cada um deles a fim de determinar as particularidades que envolvem as ligações de televendas que, segundo a tipologia apresentada pelo autor, pertence ao tipo denominado “transação”.

2.2.1. As relações de lugar: complementaridade e assimetria

Fazendo referência aos trabalhos desenvolvidos pela escola de Palo Alto, precisamente, por Paul Watzlawick, Jeanet H. Beavin & Don D. Jackson (1972), Vion (2000 [1992]) trata das especificidades relativas às interações simétricas e assimétricas. Segundo os autores, enquanto as primeiras caracterizam-se pela igualdade e minimização da diferença, o que denota uma tendência entre os participantes de adotar um comportamento análogo, no caso das interações assimétricas, o comportamento de um completa o do outro e a relação fundamenta-

[82] “le premier travail à opérer lorsque l’on souhaite apprécier les grands types d’interactions qui structurent la vie sociale, consiste [...] à définir l’intéraction particulière qu’est la conversation.”
[83] “la conversation n’est pas un terme couvrant destiné à superviser des situations et des comportements différenciés, mais un terme couvert et délimité dans son extension.”

se na maximização da diferença, uma vez que um dos participantes ocupa uma posição superior, primeira, ou “alta” (*one-up*), ao passo que o outro encontra-se em uma posição inferior, segunda, ou “baixa” (*one-down*).

Se em uma conversação cotidiana pode-se notar uma certa igualdade ou, ao menos, uma simetria na relação de lugares, uma vez que não há diferença de posicionamento dos interlocutores em relação ao eixo vertical, não havendo, pois, posição alta nem baixa, esse não é o caso das interações de trabalho. Nessa perspectiva, considerando os papéis interacionais que desempenham os interagentes que participam da situação de comunicação analisada e, ainda, o fato de que o comportamento de um dos participantes completa o do outro, pode-se dizer que as ligações de televendas são de natureza complementar, em que “cada um dos protagonistas participa por meio de um papel especializado (cliente, gerenciado, serviço ou profissional)[84]” (Vion, 2000 [1992], p. 133), e assimétrica. Assim sendo, as atividades previstas nos papéis contratuais de seus interagentes são de natureza totalmente diversa (para o operador: estabelecer o contato telefônico, saudar, apresentar-se, oferecer, insistir, vender, agradecer, etc.; e, para o cliente: aceitar, recusar, questionar, comprar, etc.), porém, interdependentes; além disso, não há uma relação de igualdade, pois ora o operador ora o cliente estão em posição superior ou inferior. Embora os lugares possam ser relativamente predefinidos no contexto sócio-institucional, eles podem modificar-se ao longo da interação a partir das características dos interlocutores (idade, status, competência, etc.).

Enquanto algumas interações complementares são hierárquicas, caso das relações entre médico e paciente, professor e aluno, etc. algumas não o são. Vion (ibid., p. 134) declara que “é com a transação que a complementaridade de lugares pode ser menos facilmente expressa em termos de relações alta/baixa[85]”.

Dessa forma, a relação de lugares nas ligações de televendas se dá de modo complexo: no início da interlocução, o operador, que desenvolve uma atividade especializada e detém o saber técnico, ocupa uma posição superior, uma vez que é o responsável pela realização da troca comunicativa e dispõe de saberes que garantem sua superioridade, como o domínio do *script,* do vocabulário, o auxílio de

---

[84] “chacun des protagonistes y participe à travers un rôle spécialisé (client, administré, service ou professionnel).”

[85] “c’est avec la transaction que la complémentarité des places peut le moins facilement s’explimer en termes de rapports haut/bas.”

um argumentário, além de sua experiência. Assim, por ser o inaugurador desse evento comunicativo, conhece todas as suas etapas e tem a possibilidade de se preparar a fim de buscar engajar o cliente potencial na operação transacional do modo mais efetivo possível. Por outro lado, enquanto o operador encontra-se engajado em uma interação de trabalho, o cliente não o está e, além disso, em alguns casos, nem se dá conta, imediatamente, dos propósitos comerciais da interação na qual se descobre implicado. Entretanto, o cliente potencial que, a princípio, ocupa uma posição baixa é, na verdade, quem está em posição superior, pois o êxito da operação de venda depende de sua aceitação. Nesse sentido, uma situação paradoxal delineia-se, pois, embora o operador conduza, em geral, a interação, uma vez que a orienta e é o responsável pela maior parte das iniciativas, encontra-se, ao mesmo tempo, confinado em um papel subalterno, afinal, necessita do cliente para sobreviver.

Assim, a relação operador e cliente baseia-se em uma assimetria de papéis em que cada um possui um certo poder, sendo, por conseguinte, dificilmente definida em termos de posições alta/baixa, pois é estabelecida em cada interação ou, ainda, em diferentes momentos da mesma interlocução. Em relação a essa assimetria que repousa sobre as relações complementares, Vion afirma que

> ao contrário das interações não complementares, em que ser forçado a ocupar uma posição baixa pode ser vivenciado como um fracasso, ocupar aqui a posição baixa não poderia ser vexatório. O caráter institucional dessa relação de lugares e o aspecto claramente especializado dessas interações levam os sujeitos a aceitar essa dissimetria constitutiva[86] (VION, 2000 [1992], p. 129).

Entretanto, as relações de lugares envolvidas nas interações de trabalho, conforme propõe Jocelyne Vincent-Marrelli (1988, p. 235), em que dois conjuntos assimétricos e opostos (um em que o profissional é superior ao cliente, e outro em que o cliente é superior ao profissional) estão vigentes em um equilíbrio delicado, podem, facilmente, terminar em conflito caso haja perturbação desse equilíbrio.

---

[86] "contrairement aux interactions non complémentaires, où se trouver contraint d'occuper une position basse peut être vécu comme un échec, occuper ici la position basse ne saurait être vexatoire. Le caractère institutionnel de ce rapport de places et l'aspect nettement spécialisé de ces interactions conduisent les sujets à accepter cette dissymétrie constitutive."

2.2.2. As relações cooperativas

Vion (2000 [1992], p. 125) destaca que, se os conceitos de simetria e de complementaridade forem definidos de maneira rigorosa, é necessário considerar que a realidade é muito mais complexa. Por essa razão, prefere partir da oposição cooperação/competição, considerando que não se pode compreendê-la como uma verdadeira dicotomia, dado que não existe nenhuma interação que funcione na mais perfeita cooperatividade e, inversamente, mesmo nas interações competitivas, em absoluto conflito, afinal, mesmo no confronto, há cooperação. Afirma, portanto, que "toda interação, de qualquer natureza, apresentará um equilíbrio particular entre as forças de cooperação e as de competição[87]" (ibid, p. 126).

No caso das ligações de televendas sob análise, quando há a instauração do dissenso entre os interagentes, as negociações conversacionais poderão desenvolver-se de modo mais cooperativo ou, então, evoluir para uma discussão conflituosa. Esses tipos de equilíbrio podem manifestar-se no interior de uma mesma interação, ou seja, uma ligação que se inicia de modo cooperativo, pode encerrar-se de modo conflituoso e vice-versa. Assim, ainda que os interagentes conheçam, minimamente, a situação de comunicação, irão, em conjunto, construí-la progressivamente, de forma que a preservação, ou não, da relação somente poderá definir-se ao longo da interação.

2.2.3. Uma interação com finalidade externa

A conversação e as interações profissionais diferenciam-se por sua diferente finalidade. Considerada uma instância de base da vida social, a conversação tem como função "afirmar e confirmar a existência de relações sociais privilegiadas entre os indivíduos[88]" (VION, 2000 [1992], p. 127), além de ser uma interação não finalizada, ou seja, na qual nenhum tema ou objetivo é fixado previamente e que, por essas razões, apresenta uma finalidade social interna centralizada no contato social, na busca de relações predominantemente consensuais e na intercompreensão. Já, as interações profissionais possuem uma finalidade externa, uma vez que estão

---

[87] "toute interaction, de quelque nature qu'elle soit, présentera un équilibre particulier entre les forces de coopération et celles de compétition."

[88] "à affirmer et confirmer l'existence de liens sociaux privilégiés entre des individus."

relacionadas a questões que envolvem perdas e ganhos, concretos ou simbólicos (como o debate), que motivam a sua realização, caso das ligações de televendas, que têm como propósito a venda de um produto ou serviço. No tocante às essas interações, Goffman declara que

> embora se observe [nessas interações], frequentemente, verdadeiras trocas rituais, é a transação material que forma o contexto significativo ao mesmo tempo que a unidade pertinente; as palavras faladas por um ou ambos os participantes são parte integrante de uma ação mutuamente coordenada, não de uma conversação[89] (GOFFMAN, 1987, p. 151).

Como as ligações de televendas possuem uma finalidade externa que envolve a efetivação de uma operação transacional são, de fato, interações comerciais: o operador atua como um vendedor que deseja comercializar um produto ou serviço. Entretanto, ainda que seu objetivo seja de ordem transacional, uma inversão dos papéis interacionais desempenhados pelos participantes bem como a configuração de seu quadro espacial promovem importantes modificações em suas características internas. Como, no caso em questão, quem assume a iniciativa da ação é o operador de televendas, que invade o território do cliente potencial, inesperadamente, via telefone, torna-se essencial a efetivação de uma série de obrigações, como a necessidade de informar sua identidade, o nome da empresa que representa, o motivo do contato, seu objetivo, além da importânia de estabelecer-se uma boa relação interpessoal com o interlocutor. No comércio, ao contrário, a iniciativa parte, via de regra, do cliente que, movido por um desejo de consumo, busca o contato com o profissional. Isso permite que esse tipo de interação ocorra na total impessoalidade, o que torna completamente dispensável, por exemplo, a apresentação dos interlocutores. Nesse sentido, Vion (2000 [1992], p. 134) afirma que "uma transação pode limitar-se à troca impessoal de serviço, troca geralmente efetuada mediante um pagamento, e envolver um mínimo de ritual no nível da apresentação, abertura, ratificação e do fechamento da troca[90]". Ainda que trocas conversacionais de caráter informal possam ocorrer, eventualmente,

---

[89] "bien qu'on y observe fréquement de véritables échanges rituels, c'est la transaction matérielle qui forme le contexte significatif en même temps que l'unité pertinente; les paroles que peut prononcer l'un des participants ou les deux constituent une partie intégrante d'une entreprise mutuellement coordonnée, non d'une conversation."

[90] "a transaction peut [...] se limiter à l'échange impersonnel de service, échange généralement monnayé, et impliquer un minimum de rituel au niveau de la présentation, de l'ouverture, de la ratification et de la clôture de l'échange."

entre o vendedor e o cliente, elas estarão sempre subordinadas ao objetivo principal da interlocução.

Assim, embora os lugares sejam pré-definidos em termos de status profissional, esses diferentes aspectos que perpassam as ligações de televendas provocam variações importantes que as particularizam no seio das interações com fins transacionais o que, em alguns momentos, as aproximam das interlocuções de caráter simétrico, como é o caso da conversação e das conversas de cunho argumentativo consensuais ou conflituosas. Em algumas interações, ocorre, portanto, uma flutuação entre os objetivos externos e internos das ligações de televendas, levando à manifestação, por exemplo, de sequências ou, de acordo com Vion, módulos conversacionais (2000 [1992], p. 149), que se desenvolvem como modulações no interior da interlocução. Nas palavras do autor (ibid., p. 141), trata-se da "presença de um tipo no interior de uma interação que funciona, portanto, em outro tipo[91]".

Nessa perspectiva, observa-se o surgimento de *small talk* (Coupland, 2000), ou seja, de conversações despretensiosas, durante a ligação telefônica, com o intuito de desenvolver uma aproximação com o cliente potencial e construir laços que dificultariam, a princípio, a manifestação de sua oposição. Um outro tipo de módulo conversacional que se produz em nossos dados são as conversas de cunho argumentativo – *discussions* - que podem ser de teor consensual, nas quais predominam a cooperatividade, ou conflituoso, pautadas na competitividade. Desse modo, a existência dessa instabilidade entre a cooperação e a competição pode originar interações cooperativas voltadas para a busca de um consenso, ou conflituosas orientadas para a enfrentamento e a acentuação das diferenças.

Conforme Vion (2000 [1992], p. 138), "a conversação e a discussão poderiam ser consideradas como os pilares da comunicação: a primeira centrada no consenso e na cooperação, a segunda, na expressão da divergência e na afirmação de uma competitividade[92]". Assim, um outro tipo de módulo conversacional estabelece-se nas interações sob análise, as discussões conflituosas, consideradas por Vion como a forma final da conversa argumentativa antes que degenere em violência. "Ela se definiria, então, como uma interação claramente conflituosa, isto é, com uma

[91] "présence d'un type à l'intérieur d'une interaction qui fonctionne, de ce fait, sur un autre type."

[92] "conversation et discussion pourraient être considérées comme les piliers de communication: la première centrée sur le consensus et la coopération, la seconde sur l'expression de la divergence et l'affirmation d'une compétitivité."

exacerbação de formas de competitividade[93]" (VION, 1992, p. 139). Devido à sua instabilidade, as discussões podem levar à violência, socialmente reprovada, pois manifesta a falta de controle e constitui uma marca de auto-degradação, à ruptura da interação ou, ainda, à resolução do desacordo.

Desse modo, no interior das ligações de televendas, interação de natureza complementar e, *a priori,* assimétrica, desenvolvem-se módulos conversacionais de teor simétrico, como a conversação, a conversa argumentativa e a discussão que, apesar de modificarem a relação de dominância, não invalidam seu quadro interativo, pois lhe são subordinados. Assim, o lugar, ou o quadro espacial, determina o tipo de interação, mas são os participantes que constroem seu objetivo. A esse respeito, Kerbrat-Orecchioni observa que

> [...] a todo lugar está associado uma finalidade intrínseca, [o propósito de uma interação] é, ao mesmo tempo, relativamente autônomo, já que como Brown e Fraser observam, um estádio pode ser, ocasionalmente, o local de uma manifestação política, ou uma igreja, o de uma troca entre os trabalhadores encarregados de sua manutenção; Brown e Fraser, para quem o que importa é menos o ambiente físico do que sua associação a um determinado "propósito" (ou seja, a "cena" como um todo)[94] (Kerbrat-Orecchioni, 1990, p. 79).

2.2.4. Uma interação de natureza formal ou informal?

No tocante ao seu caráter formal ou informal, resultante de vários outros critérios (o número de participantes, a natureza do quadro interativo, as regras de circulação da palavra, o caráter aberto ou fechado do contrato de fala, a natureza dos rituais de abertura e de encerramento, a natureza dos sinais de escuta, etc., normalmente, interdependentes), as ligações de televendas possuem, em geral, um nível variável de formalidade e informalidade, ainda que ocorram em um quadro institucionalizado com um "contrato de fala" (CHARAUDEAU, 1983) - ou a "natureza

---

[93] "Elle se définirait alors comme une interaction nettement conflictuelle, c'est-à-dire avec une exacerbation des formes de compétitivité."

[94] "[...] à tout site est associé une finalité intrinsèque, [...] [le but d'une interaction] est en même temps relativement autonome, puisque comme le remarquent Brown et Fraser, un stade peut être occasionnellement le cadre d'une manifestation politique, ou une église celui d'un échange entre ouvriers chargés de son entretien ; Brown et Fraser pour qui ce qui importe donc, c'est moins le cadre physique en tant que tel que son association à un "purpose" particulier (i.e. la "scène" dans son emsemble)."

dos conteúdos esperados” - bem definido, com a realização de rituais de abertura e de encerramento.

Enquanto a conversação é caracterizada como um tipo de interação informal, que implica um pequeno número de participantes, um quadro interativo simétrico, regras implícitas relativas à organização do turno de fala e a possibilidade de abordar um número indefinido de temas e rituais, *a priori*, espontâneos, Vion considera que as transações podem ser definidas como formais em razão de ocorrerem em um quadro institucionalizado com um contrato de fala bem definido. Todavia, nas ligações de televendas das quais nos ocupamos, há uma variação no eixo formal/informal, pois, ainda que possuam características pré-formatadas, apresentam, algumas vezes, elementos que as aproximam da informalidade. Se tomarmos como referencial a relação interpessoal estabelecida entre os interlocutores brasileiros, nota-se uma informalidade nesse tratamento, o que já não ocorre em francês. Todavia, se considerarmos os temas discutidos, há um maior distanciamento relativo aos conteúdos previstos no contrato de fala nas interações de televendas em francês. Assim, dependendo do nível de referência, em ambas as situações há elementos que aproximam as ligações de televendas do aspecto informal da conversação. Por se tratar de uma relação complementar, os operadores e os possíveis clientes podem adotar um estilo de troca comunicativa mais familiar ou mais distante ao longo da interação.

Em suma, as ligações de televendas das quais nos ocupamos possuem, portanto, um caráter relativamente híbrido e semi-institucional, haja vista que apresentam características intermediárias entre as interações de trabalho formais, de caráter complementar e assimétrico, e tipos discursivos de natureza simétrica, como a conversação, a conversa argumentativa e a discussão, ainda que não sejam os módulos conversacionais dominantes. Enquanto o primeiro tipo tem por função o estabelecimento de vínculos sociais a fim de conquistar a cooperação do cliente, dado que esses tipos estão subordinados ao objetivo transacional das interações, as últimas relacionam-se à presença de um desacordo e agem como mecanismos de busca de sua desconstrução. Embora apresentem um desenvolvimento ritual previamente conhecido, em geral, pelos participantes, deixam uma margem importante para o desencadeamento de negociações em diversos âmbitos. Além disso, tudo o que constitui ou caracteriza uma interação comercial ou de serviço é

suscetível de variar quando se passa de uma cultura a outra, até mesmo as recomendações legais que as subjazem, como discutiremos posteriormente[95]. A propósito, as interações transacionais que constituem nossos *corpora* seriam comerciais ou de serviço? É para essa questão que nos voltaremos, a seguir.

2.3. Interação comercial ou de serviço?

Ainda que as interações de serviço e as comerciais possam ser consideradas parte do mesmo domínio, é possível distingui-las, embora não se trate de algo evidente. Enquanto as primeiras podem, a depender da cultura, estar fortemente relacionadas à esfera pública ou, em alguns casos, social, como no Brasil[96] e, sobretudo, na França[97], sendo, desse modo, mais vinculadas à concepção de interesse geral, a ideia de comércio[98] está fortemente associada a lucro. Assim, dois traços distintivos são, normalmente, considerados para diferenciá-las: o caráter material ou não-material do bem fornecido, bem como a existência ou não de uma retribuição financeira. Porém, mesmo nesse caso, há uma certa inadequação, pois há serviços que podem ou não ser remunerados. Assim, essas designações são incertas e flutuantes.

De acordo com Kerbrat-Orecchioni & Traverso (2008, p. 11), mesmo na literatura interacionista a situação não está bem definida, pois, ao se consultar duas

---

[95] Cf. 3.3.2. Quais especificidades contextuais e legais regulam essas interações?

[96] Em português, o termo *serviço* possui diversas acepções ligadas ao serviço público como, por exemplo: desempenho de funções públicas, quer civis quer militares; fornecimento de comodidades como transporte de correspondência, telefone, telégrafo, etc.; nome dado a certas repartições públicas, etc. (Dicionário Michaelis, 2015).

[97] Em francês, as definições são análogas: activité qui présente une valeur économique sans correspondre à la production d'un bien matériel ; services à la personne (aide aux personnes âgées, handicapées...); fonction d'utilité commune, publique (SERVICE PUBLIC) [...]; organisation chargée d'une branche d'activités correspondant à une fonction [...] ". (Tradução nossa: atividade que apresenta um valor econômico sem corresponder à produção de um bem material; serviços à pessoa (auxílio a pessoas idosas, com necessidades especiais...); função de utilidade comum, pública (SERVIÇO PÚBLICO) [...]; organização encarregada de um setor de atividades correspondente a uma função [...] (Le Petit Robert, 2000).

[98] Em português, as principais acepções da palavra *comércio* são: prática mercantil que se fundamenta em venda, permuta ou compra de produtos, com fins lucrativos; permuta de produtos por outros produtos, por valores ou por serviços, com fins lucrativos; conjunto de estabelecimentos que exercem a prática mercantil (Dicionário Michaelis, 2015). E, em francês: opération de vente, ou d'achat et de revente d'une marchandise, d'une valeur; prestation de ce type de service; le commerce : le monde commercial, les commerçants; un commerce, magasin de détail (Le Petit Robert, 2000). (Tradução nossa: operação de venda, ou de compra e de revenda de uma mercadoria, de um valor; prestação deste tipo de serviço; o comércio: o mundo comercial, os comerciantes; um comércio, loja de varejo).

grandes referências nesse domínio, como Goffman e a linguista Marilyn Merrit, que, com Guy Aston, efetuou as primeiras análises sistemáticas das interações de serviço, as delimitações propostas não estão muito claras. Goffman (1969, p. 380) define a relação de serviço como aquela que implica uma atividade de reparação, ou seja, uma relação triangular entre um especialista, um objeto a ser reparado e um cliente proprietário do objeto. Assim, as oficinas mecânicas, os salões de beleza se relacionariam mais aos serviços enquanto as padarias, as lojas, ao comércio. Para Merrit (1976, p. 321), as interações comerciais constituem uma subclasse das interações de serviço (*service encounters*) definida, em linhas gerais, como uma interação face à face entre um atendente que se encontra oficialmente em uma área de serviço e um consumidor, que se apresenta nessa área; essa interação sendo orientada para a satisfação do desejo presumido do cliente por algum serviço e a obrigação do servidor em fornecê-lo. A autora complementa afirmando que uma interação típica de serviço é aquela em que consumidores compram em uma loja.

Kerbrat-Orecchioni & Traverso (2008, p. 12) preferem, por sua vez, nomear essa situação de comunicação de “interações em locais comerciais”, entendidas como

> situações em que se encontram presentes, em um local previsto para esse fim, indivíduos que assumem os dois papéis complementares de vendedor e de cliente, e em que se efetua a troca de um produto qualquer (mercadoria, bem de consumo, fornecimento, serviço) contra seu equivalente monetário[99] (Kerbrat-Orecchioni & Traverso, 2008, p. 12).

Considerando as interações que compõem os nossos *corpora,* elegemos essa última definição como a mais compatível com suas características, pois, essas interlocuções não envolvem, necessariamente, uma “atividade de reparação”, conforme propõe Goffman, e nem são motivadas por uma “satisfação do desejo presumido do cliente por algum serviço”, como recomenda Meritt, afinal, é o operador que inicia a ação. Contudo, embora nossas ligações de televendas correspondam, de forma geral, aos critérios estabelecidos por Kerbrat-Orecchioni & Traverso, haja vista que em algumas situações, em língua francesa, o objetivo

[99] "entendues comme des situations où se trouvent mis en présence, dans un site prévu à cet effet, des individus qui endossent les deux rôles complémentaires de vendeur et de client, et où s’effectue l’échange d’un produit quelquonque (marchandise, bien de consommation, prestation, service) contre son équivalent monétaire."

comercial do contato telefônico é camuflado, preferimos nomear o conjunto de nossas ligações de interações com fins comerciais ou, simplesmente, interações de trabalho à distância.

Enquanto Kerbrat-Orecchioni & Traverso (2008) pautaram-se em dados situacionais para definirem seu objeto de estudo, em nosso caso, consideramos os objetivos das interações. Além disso, não se trata de interações que envolvam um vendedor e um cliente em um local comercial, como sugerem, mas um operador de televendas e um cliente que assumem o papel interacional de vendedor e cliente e que interagem por telefone, ou seja, enquanto um encontra-se em uma empresa, o outro pode estar em inúmeros lugares - em sua residência, no trabalho, no meio de transporte, etc.

Embora façamos a distinção entre venda de produtos e venda de serviços, se considerarmos o processo transacional de nossas interações do início ou fim, ou seja, da oferta do produto até o pagamento, não se trata, com feito, de recursos distintos. Em português, o cliente está ciente de que o propósito da ligação é a comercialização de um produto - um curso de inglês – ao passo que em francês, enquanto em algumas interações assume-se a venda de produtos, como placas solares, ferramentas virtuais de divulgação para empresas, em outras, camufla-se o propósito comercial da ligação e a abordagem do cliente é efetuada mediante a oferta de um serviço “gratuito”, por exemplo, teste de verificação de consumo de energia, hermeticidade, formações sobre saúde, etc. Porém, sabe-se que o propósito dessas verificações é propor, na visita *in-loco*, alguma solução, ou produto, que resolveria o suposto problema encontrado. Assim sendo, seja de modo direto ou indireto, o bem final comercializado é um produto. Isto posto, acreditamos, como mencionamos há pouco, que interações com fins comerciais ou, ainda, interações de trabalho à distância traduzem, melhor, a natureza das interlocuções das quais nos ocupamos.

Independentemente dessas considerações, o *script* dessas interlocuções é, praticamente, idêntico. Nessa perspectiva, Traverso declara que "a interação nos comércios desenvolve-se de forma repetitiva, o que permite revelar um *script*

preciso, ou seja, uma sequência de ações que se encadeiam de forma pré-determinada, em uma situação bem conhecida[100]" (TRAVERSO, 1999, p.87).

Talvez as ligações de televendas possam configurar-se como um subgrupo das interações em locais comerciais, pois, ainda que alguns aspectos as particularizem, seu propósito é a efetivação de uma operação comercial, ou seja, vender algo. Kerbrat-Orecchioni & Traverso (2008, p. 25) consideram que

> a atividade de venda/compra dos produtos não se realiza necessariamente em um local comercial - ou seja, um lugar previsto para um certo tipo de reunião social - mas pode ocorrer em locais improvisados (venda ambulante, venda de liquidação na calçada) bem como na casa de um cliente potencial [...][101] (Kerbrat-Orecchioni & Traverso, 2008, p. 25).

E, por que não ao telefone? Nesse sentido, a seguir, discutiremos a respeito dessa prática de vendas que ocorre via contato telefônico e abordaremos, ainda, conceitos referentes ao domínio na qual se insere.

2.4. Televendas, *telemarketing e marketing*: conceituação e aplicações

Este estudo tem por finalidade analisar ligações de televendas, o que o relaciona, automaticamente, ao domínio do *marketing* e do *telemarketing*. Ainda que, muitas vezes, os termos televendas e *telemarketing* sejam empregados enquanto sinônimos, apresentam especificidades. O primeiro, refere-se ao *marketing* por telefone, ou seja, incorpora todas as atividades comerciais que usam o telefone para conectar-se com clientes potenciais, o que inclui: divulgar um produto ou serviço, efetuar pesquisas de mercado, obter *feedbacks*, etc. Objetiva, assim, gerar interesse, criar oportunidades, despertar o desejo de compra, permitir que os clientes saibam o que a empresa tem a oferecer. Já, as televendas designam a venda de produtos ou serviços que se realiza, diretamente, via telefone. Nesse sentido, está inserida no âmbito do *telemarketing*.

---

[100] "l'interaction dans les commerces se déroule de façon répétitive, ce qui permet d'en dégager un *script* précis, c'est-à-dire, une séquence d'actions qui s'enchaînent de façon pré-déterminée, dans une situation bien connue."

[101] "activité de vente/achat des produits ne se réalise pas nécessairement dans un site commercial – c'est-à-dire un lieu prévu pour un certain type de rencontre sociale – mais qu'elle peut avoir lieu dans des sites improvisés (vente à la sauvette, vente sur un trottoir) aussi bien qu'au domicile d'un client potentiel [...]."

O *telemarketing* refere-se, pois, ao "conjunto de técnicas de *marketing* direto efetuado via telefone[102]" (MILON & SAINT-MICHEL, p. 216) dirigido a empresas ou a particulares. Trata-se, assim, de uma ramificação do *marketing*, conceito que evoluiu ao longo dos anos. No passado, a preocupação das empresas voltava-se, exclusivamente, à fabricação dos produtos e os problemas de comercialização somente eram abordados após a produção, não havendo, pois, a preocupação de se adaptar um produto a uma clientela. Com o passar dos anos, contrariamente a essa concepção, o *marketing* passou a buscar a satisfação das necessidades dos consumidores, orientando-se, desse modo, totalmente para o cliente. A empresa, então, passou a não mais se definir por seu produto, mas em relação às necessidades que procura satisfazer para melhor adaptar-se ao mercado. Isto posto, pode-se compreender a noção de *marketing* como um conjunto de estratégias comerciais desenvolvidas a partir de um estudo de mercado a fim de identificar as necessidades dos consumidores e atendê-las. Segundo Philip Kotler (1998, p. 37), o conceito de *marketing* propõe que o sucesso de uma empresa "consiste em ser mais eficaz que os concorrentes para integrar as atividades de *marketing*, satisfazendo, assim, as necessidades e os desejos dos mercados-alvos".

Nessa perspectiva, Barbara R. Lewis e Dale Littler (2001) estabelecem os conceitos centrais do *marketing*: as necessidades (envolvem as necessidades humanas básicas: físicas, sociais e individuais), os desejos (moldados pela cultura e características individuais), as demandas (quando os desejos ou necessidades podem ser comprados), produtos e serviços (solução de um problema, satisfação de uma necessidade, oferta), a troca (ato de obter um produto desejado oferecendo algo como retorno), as transações (troca de valores entre duas partes podendo ser de natureza monetária, escambo e de cunho ideológico) e, por fim, os mercados (grupo de compradores reais e potenciais de um produto ou serviço).

Os operadores de televendas são os propulsores da transação e, para tanto, procuram entrar em contato com clientes ou compradores em potencial que se identifiquem com seus produtos e serviços - que tenham necessidades específicas ou desejo de compra - para efetuar a operação comercial. É preciso considerar que, em tempos de intensa inovação e evolução tecnológica, muitas vezes, o cliente não

[102] "ensemble des techniques de marketing direct utilisant le téléphone."

é capaz de determinar suas necessidades. De certa forma, isso abre precedente para que o próprio mercado as estabeleça.

O *telemarketing* está, pois, atrelado à comunicação direta com o cliente, ou seja, ao *marketing* direto, concebido como "uma ação comercial caracterizada por uma abordagem do cliente sem intermediário. Ela é personalizada e à distância. O *marketing* direto consiste em coletar e explorar, sistematicamente, informações comerciais individuais em um público-alvo, em um banco de dados, para gerenciar uma transação personalizada[103]" (Dictionnaire du Marketing, 2008, p. 113-114).

As principais abordagens do *marketing* direto são: a mala direta (envio de ofertas, anúncios, etc. para determinado endereço), o *marketing* de catálogos (envio de catálogos de toda uma linha de mercadorias ao cliente), o *marketing* televisivo (transmissão de comerciais ou programas publicitários), o *marketing* digital (divulgação de produtos e serviços via *Internet*) e o *telemarketing* (a divulgação de produtos e serviços via telefone).

Uma das maiores diferenças existentes entre o *marketing* direto e o indireto é que, no primeiro caso, as operações são dirigidas diretamente a um público-alvo - as pessoas que as empresas pretendem levar à compra - que, abordado com uma oferta específica, posiciona-se imediatamente frente ao produto ou serviço e, no segundo caso, busca-se a venda em massa, em que todos os consumidores representam clientes potenciais, com caraterísticas indefinidas. Assim, o *telemarketing,* enquanto técnica de venda do *marketing* direto, permite prospectar novos clientes e estabelecer com eles uma relação comercial personalizada. Essa abordagem possibilita, ainda, manter uma relação de longo prazo com o consumidor, uma vez que todo o histórico das relações com a empresa é armazenado em um banco de dados; a comunicação é facilitada pelo acesso a dados pessoais (número de telefone, endereço, *e-mail*, etc.), o que viabiliza a apresentação de produtos a clientes pré-selecionados, obtendo, dos mesmos, uma reação imediata. Haja vista as características de nossas ligações, o *marketing* direto é a estratégia adotada pelos operadores brasileiros e franceses para prospectar seus clientes.

---

[103] "une démarche commerciale qui se caractérise par une approche du client sans intermédiaire. Elle est personnalisée et à distance. Le marketing direct consiste à collecter et à exploiter systématiquement des informations commerciales individuelles sur une cible, dans une base de données, pour gérer une transaction personnalisée."

Ao ter a oportunidade de pré-selecionar o seu público, as empresas podem elevar, *a priori*, o percentual de êxito das operações de venda propostas. Desse modo, essa seleção implica escolhas anteriores que as empresas deverão realizar, como o conteúdo da operação, que varia de acordo com o público visado, uma vez que não nos dirigimos do mesmo modo a um jovem, adulto ou idoso - não se dirá a mesma coisa nem se utilizará a mesma linguagem para acessá-los - as características do produto, o preço e a escolha dos canais de distribuição.

As empresas adotam, portanto, alguns critérios para a definição de seu público-alvo: os quantitativos, que são os critérios demográficos, geográficos, sociais e econômicos (para um grupo de indivíduos: o sexo, a idade, o local de residência, a categoria sócio-profissional, o nível de renda, etc.; para um grupo de empresas: a natureza da atividade, seu porte, etc.); os qualitativos, que são os psicológicos (tipo de personalidade, estilo de vida, necessidades, etc.); e os critérios de comportamentos atuais de consumo e de utilização de equipamentos (nesse caso, os alvos são definidos em função de seus comportamentos efetivos em relação a certos produtos). A empresa pode, ainda, interessar-se por comportamentos específicos de consumo em relação a um produto em questão e aos dos concorrentes, o que produz certas categorias de segmentação: os clientes exclusivos da empresa (os que já utilizam os produtos da empresa e não utilizam os do concorrente), os clientes mistos (compram, simultaneamente ou alternativamente, os produtos da empresa e os da concorrência), os clientes exclusivos da concorrência, ou não-consumidores, suscetíveis de tornarem-se utilizadores.

Os clientes potenciais podem ser identificados e selecionados a partir de diferentes meios, como histórico de compras, pedido de informações, pesquisas na *Internet*, formulários preenchidos, etc. Essas informações e, ainda, nomes, endereços, números de telefone e *e-mails* são, em geral, adquiridos em bancos de dados de outras organizações empresariais ou em listas telefônicas.

As ações de *telemarketing* visam, portanto, a encontrar o cliente apropriado a quem possa direcionar as operações de venda, ou seja, oferecer o produto certo à pessoa certa.

2.4.1. *Call Center* ou *Contact Center*?

As ligações telefônicas sobre as quais se fundamenta este estudo são realizadas por operadores de televendas que se encontram em empresas de *Call Center* e *Contact Center*. Ainda que, muitas vezes, os termos provenientes da área de teleatendimento sejam empregados em uma relação de sinonímia, como vimos há pouco, possuem caraterísticas próprias e oferecem operações específicas segundo seus objetivos.

Enquanto o *Call Center* é o local em que se faz e recebe chamadas telefônicas, ou seja, em que tudo é intermediado unicamente pelo telefone, o *Contact Center* configura-se como uma evolução na estrutura de operação de *Call Center*, pois, além do atendimento via Central telefônica, oferece outras plataformas de comunicação, como *e-mail*, SMS, *chat*, redes sociais, etc. Todavia, o *Call Center* ainda representa a principal via de relacionamento entre as empresas e os consumidores (potenciais). Assim, muitas delas preferem nomeá-lo de Central de Atendimento ou Central de Relacionamento com clientes.

As empresas podem criar o seu próprio *Call Center* internamente ou, ainda, terceirizar essa operação. As ligações de televendas que constituem nosso objeto de estudo são provenientes de empresas terceirizadas, tanto em contexto brasileiro quanto francês. Porém, no primeiro caso, são originárias de um *Contact Center,* por ser uma empresa de grande porte, ao passo que a segunda, de um *Call Center*, uma organização de médio porte.

2.4.1.1. A tipologia das operação de teleatendimento

Essas empresas podem desenvolver diferentes tipos de operações: (1) operações ativas ou *out bound*, em que os operadores contatam os clientes (potenciais), caso de nossas interações e (2) operações receptivas ou *in bound*, em que o cliente contata a empresa.

2.4.1.2. A tipologia das operações internas

Dentro de cada uma das modalidades supracitadas, diferentes serviços são, igualmente, oferecidos:

(1) Operação ativa:
- Televendas: o operador realiza ligações no intuito de, diretamente, vender produtos ou serviços a clientes ou a consumidores potenciais.
- Cobrança: o operador realiza ligações com o objetivo de contatar clientes inadimplentes.

(2) Operação receptiva:
- Pedidos: o cliente entra em contato para efetuar sua compra.
- SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente): o cliente contata diretamente a empresa a fim de resolver problemas, propor sugestões, obter informações e fazer reclamações;
- Suporte: mais frequente na área de tecnologia, tem por função esclarecer dúvidas e resolver problemas técnicos.

Todas as ligações sob análise são provenientes de operações ativas de televendas, ou seja, em que o operador contata um consumidor potencial a fim de lhe propor um produto ou serviço.

Após termos delimitado nosso objeto de estudos abordando conceitos que envolvem aspectos internos e externos das ligações de televendas, na próxima seção, apresentamos os *corpora* sobre os quais se fundamenta esta pesquisa, especificando informações sobre a coleta e a delimitação dos dados, o tratamento do material linguístico, o quadro contextual em que se realizam as interações, os pressupostos metodológicos que nos orientam e os mecanismos de análise aplicados.

CAPÍTULO 3 – APRESENTANDO O *CORPUS* E A METODOLOGIA

3.1. A constituição do *corpus:* coleta e recorte

A primeira ação realizada a fim de constituir o *corpus* deste estudo consistiu na redação de um pedido de colaboração à pesquisa enviado a várias empresas de televendas sediadas no Brasil e na França. Dentre as inúmeras tentativas de contato efetuadas, dois foram positivos: uma empresa brasileira e uma francesa prontificaram-se a fornecer o material solicitado mediante, evidentemente, a assinatura de um termo de confidencialidade e sigilo. Nesse sentido, nossos dados foram reunidos, aleatoriamente, pelos apoiadores desta investigação, uma vez que possuíam um banco de registros das operações de televendas para efeitos de controle interno e externo. William Labov (1971, p. 81) postula que "o objetivo da pesquisa linguística em uma comunidade deve ser descobrir como as pessoas falam quando não estão sendo sistematicamente observadas[104]". Assim, podemos dizer que nossos *corpora* respeitam a naturalidade dos dados.

Após seu envio, o material foi submetido a uma primeira seleção que se pautou nos seguintes critérios: inteligibilidade dos áudios, duração das interações (até 10 minutos) e, o mais importante deles, reunião de ligações pertencentes à mesma modalidade, uma vez que eram provenientes de operações de natureza receptiva e ativa. Desse modo, por uma questão de delimitação e comparabilidade dos dados e, ainda, de método científico, selecionamos somente diálogos oriundos do segmento empresa-ativo, ou seja, o operador de *Call Center* é o responsável pelo contato telefônico.

Em relação à escolha de situações de comunicação para a realização de análises discursivas, Traverso (1999, p. 22) observa que "(...) mesmo que falemos de uma abordagem *'orientada por dados'* [*data-conducted]*[105]*,* a escolha de situações depende de hipóteses prévias gerais sobre o que estamos procurando e as situações que provavelmente levarão a isso[106]".

---

[104] "the aim of the linguistic research in the community must be to find out how people talk when they are not being systematically observed."

[105] Grifo da autora.

[106] "(...) même si on parle de démarche 'conduite par les données' [*data-conducted], le choix des situations* dépend d'hypothèses préalables générales sur ce qu'on cherche et sur les situations susceptibles de le procurer."

Assim, a seleção da modalidade de televendas empresa-ativo veio ao encontro de nossos propósitos, pois envolve interlocutores que ocupam posições antagônicas, o que torna a disputa das relações de liderança e as manifestações de dissenso muito presentes nessa situação de comunicação. Contudo, as ligações de televendas brasileiras e francesas, embora sejam provenientes da mesma modalidade, apresentam algumas particularidades, a começar pelo tipo de abordagem, direta, no primeiro caso, e indireta, no segundo, o que provoca algumas especificidades na configuração dos dados sob análise. Enquanto nas ligações brasileiras as vendas são efetuadas diretamente por telefone, nas francesas, ocorre a prospecção de clientes, que consiste em agendar uma visita a fim de realizar a transação comercial *in loco*, ou seja, vende-se, inicialmente, a aceitação de um encontro para que a operação comercial seja efetivada nessa ocasião. Porém, como o objetivo de ambas as abordagens é o mesmo, vender, a dinâmica interacional e discursiva delineada a partir das relações de dominância estabelecidas pelos interlocutores é similar nas duas circunstâncias, afinal, o ato de vender, seja de forma direta ou indireta, presume a realização de uma negociação.

Isto posto, acreditamos que a comparabilidade do material linguístico de ambos os *corpora* seja legítima, afinal, ainda que não possuam exatamente o mesmo tipo de atividade[107], pertencem ao mesmo tipo de interação e compartilham, portanto, uma série de critérios externos ou situacionais, como o quadro espacial, o formato participativo, o canal de comunicação, o objetivo da interação, etc. A esse respeito, Traverso afirma que

> Escolher interações de mesmo tipo equivale a estabelecer um primeiro nível de invariante que fundamentará a própria possibilidade da análise (e a enquadrará em parte) e, assim, confrontará o pesquisador pela primeira vez com problemas relacionados ao princípio de comparabilidade [...]. É o nível dos “tipos de interações” que é considerado nessa etapa. Em termos práticos, essa escolha torna necessário identificar uma situação social existente nas culturas visadas pela análise (por exemplo, um convite para uma refeição, uma consulta em um consultório médico, etc.) e assegurar que ela se concretize por interações que apresentem pontos comuns suficientes para serem consideradas como pertencentes ao mesmo tipo[108] (TRAVERSO, 2008, p. 03).

[107] Cf. Kerbrat-Orecchioni &Traverso (2004).

[108] "Choisir des interactions de même type revient à fixer un premier niveau d’invariant qui va fonder la possibilité même de l’analyse (et la cadrer en partie) et confronte donc une première fois le chercheur aux problèmes liés au principe de comparabilité [...]. C’est le niveau des « types d’intéractions » [...] qui est concerné à cette étape. Sur le plan pratique, ce choix impose de repérer une situation sociale

Fundamentando-nos em Traverso (2008), acreditamos, portanto, que os *corpora* sobre os quais se fundamenta este estudo respeitam o critério de comparabilidade recomendado em análises comparativas.

Finalizada a etapa de seleção das interlocuções, todo o material foi submetido a um minucioso processo de transcrição. Assim, nosso objeto de estudo tem duração total de 4h de dados transcritos, 2h em língua portuguesa, 2h em francesa.

3.2. O tratamento do *corpus:* transcrição

Em razão da não existência de convenções de transcrição plenamente aceitas e, por conseguinte, haver variações relativas às normas adotadas, especificamos, a seguir, as empregadas neste estudo.

Quadro 1: Normas para transcrição do projeto NURC

OCORRÊNCIAS	SINAIS	EXEMPLIFICAÇÃO[109]
Incompreensão de palavras ou segmentos	( )	do nível de renda...( ) nível de renda nominal...
Hipótese do que se ouviu	(hipótese)	(estou) meio preocupado (com o gravador)
Truncamento (havendo homografia, usa-se acento indicativo da tônica e/ou timbre)	/	e comé/ e reinicia
Entoação enfática	Maiúscula	porque as pessoas reTÊM moeda
Prolongamento de vogal e consoante (como s, r)	::	podendo aumentar para :::: ou mais ao emprestarem os... éh::: ...o dinheiro
Silabação	-	por motivo tran-sa-ção

continua...

existant dans les cultures visées par l'analyse (par exemple, l'invitation à un repas, la consultation dans un cabinet médical, etc.) et de s'assurer qu'elle se concrétise par des intéractions présentant suffisamment de points communs pour être considérées comme relevant d'un même type."

[109] Exemplos retirados dos inquéritos NURC/SP nº. 338 EF e 331 D2.

Interrogação	?	e o Banco... Central... certo?
Qualquer pausa	...	são três motivos... ou três razões... que fazem com que se retenha moeda...
Comentários descritivos do transcritor	((minúsculas))	((tossiu))
Comentários que quebram a seqüência temática da exposição; desvio temático	-- --	... a demanda de moeda -- vamos dar essa notação -- demanda de moeda por motivo
Superposição, simultaneidade de vozes	[ligando as linhas	A. na [casa da sua irmã B. sexta-feira? A. fizeram [lá... B. cozinharam lá?
Indicação de que a fala foi tomada ou interrompida em determinado ponto. Não no início, por exemplo.	(...)	(...) nós vimos que existem...
Citações literais ou leituras de textos, durante a gravação	" "	Pedro Lima... ah escreve na ocasião... "O cinema falado em língua estrangeira não precisa de nenhuma baRREIra entre nós"...
1. Iniciais maiúsculas : só para nomes próprios ou para siglas (USP etc) 2. Fáticos: ah, éh, ahn, ehn, uhn, tá (não por *está*: tá? Você *está* brava?) 3. Nomes de obras ou nomes comuns estrangeiros são grifados. 4. Números por extenso. 5. Não se indica o ponto de exclamação (frase exclamativa) 6. Não se anota o *cadenciamento da frase.* 7. Podem-se combinar sinais. Por exemplo: oh:::... (alongamento e pausa) 8. Não se utilizam sinais de pausa, típicas da língua escrita, como ponto e vírgula, ponto final, dois pontos, vírgula. As reticências marcam qualquer tipo de pausa.		

.

Assim sendo, as gravações foram minuciosamente transcritas segundo as Normas de Transcrição do Projeto NURC[110], Projeto de Estudo da Norma Linguística Urbana Culta de São Paulo, constantes em PRETI (1993, p. 11).

[110] Embora, originalmente, os elementos paraverbais não façam parte das normas de transcrição estabelecidas pelo Projeto NURC, considerando a importância desses fatores para o desenvolvimento interacional, eles foram considerados em nossa transcrição.

Por uma questão de sigilo de informações, todos os dados que pudessem, eventualmente, identificar tanto as empresas quanto os interlocutores envolvidos nas ligações de televendas foram removidos no ato da transcrição e substituídos pelo símbolo X, sempre acompanhado por uma breve observação explicativa.

Dado o caráter plurisemiótico das interações, ainda que o objetivo central deste estudo seja observar suas características linguístico-discursivas, os aspectos paraverbais (material prosódico, vocal, pausas, etc), a depender de sua influência sobre a interação, foram, eventualmente, considerados na análise. Por essa razão, esse material foi considerado no momento da transcrição, ainda que não seja previsto pelas normas supracitadas. Trata-se, pois, de uma adaptação das mesmas.

No tocante ao *corpus* francês, optou-se pela inserção da partícula [sic] para indicar que a transcrição respeitou a integridade da produção oral. Em português, decidiu-se não inserir adendos, pois se considerou que os leitores possuam, em princípio, ferramentas para identificar que se trata de formas difundidas no uso da língua portuguesa, ainda que não-normativas.

Após serem transcritas, as ligações telefônicas foram organizadas em dois grupos, conforme seus sistemas linguísticos de origem, e enumeradas para a identificação exata dos diálogos dentro de seu respectivo *corpus*. Inserimos, ainda, a quantidade de linhas que compõem a interação a fim de criar um sistema de remissão que facilite a localização dos objetos de discussão. Além disso, no interior de cada ligação, os interlocutores foram identificados por abreviações, segundo seu papel interacional e gênero, como demonstramos a seguir:

Quadro 2: Abreviações para a identificação dos interlocutores

A IDENTIFICAÇÃO DOS INTERLOCUTORES NOS *CORPORA*	
Operador	**OP**
Operadora	**OPA**
Cliente/Masculino	**CL**
Cliente/Feminino	**CLE**
Participante/Masculino	**PT**
Participante/Feminino	**PTE**

3.2.1. A designação dos atores da interação

O profissional que desempenha a função de receber ou emitir ligações telefônicas em uma Central de atendimento no Brasil é denominado, em geral, operador de televendas, atendente de *Call Center* ou, ainda, atendente de televendas. Na França, pode ser chamado de *téléopérateur, télévendeur, téléconseiller* ou, em contexto mais especializado, *téléprospecteur*.

Como os nossos dados são compostos por interações de televendas oriundas da modalidade empresa-ativo, optamos por identificá-lo, em português, como operador de televendas e, em francês, embora haja termos específicos para designar o profissional dessa categoria, a saber, *télévendeur* ou, ainda, *téléprospecteur*, por uma questão de similitude morfológica, elegemos a forma genérica *téléopérateur/téléopératrice*.

Em relação à identificação de seus interlocutores, optamos por cliente, em português, *client(e),* em francês, embora não sejam os termos exatos para designá-los, pois são, na realidade, clientes potenciais.

O indivíduo que atende ao telefonema, mas que não se configura como interlocutor-alvo da ligação, ou seja, que desenvolve o papel de intermediário entre o operador e seu destinatário final, foi nomeado participante, ou *participant(e).*

3.3. A apresentação do *corpus*

Este trabalho insere-se no domínio da análise das interações verbais, ou análise do discurso em interação, e propõe o exame de um material oral dialogal natural, a saber, ligações de televendas que ocorrem em empresas de *Call Center* no Brasil e na França.

Essas interações envolvem interlocutores que desempenham papéis distintos: de um lado, operadores responsáveis por vendas via telefone, de outro, indivíduos comuns vistos como clientes potenciais. As interlocuções produzidas por esses sujeitos são, portanto, de natureza híbrida, pois reúnem características do discurso empresarial - marcado, pois, por uma série de prescrições que devem ser cumpridas pelo profissional, sobretudo no setor de televendas – e cotidiano, dado que têm como destino a residência ou o local de trabalho de um indivíduo comum, alheio,

provavelmente, a essas determinações, que interage fazendo uso da linguagem da vida cotidiana.

A palavra em interação desenvolve-se, adquire sentido e é interpretada em contexto. A esse respeito Traverso (2016, p.27) declara que se trata de "uma palavra 'situada' que é, ao mesmo tempo, formatada pelo contexto e renovadora do contexto, isto é, os locutores adaptam seu modo de falar ao contexto no qual se encontram e, paralelamente, por meio de sua interação, modificam[111] o contexto[112]". A autora destaca ainda que, nessa perspectiva, o contexto pode ser visto como o conjunto de elementos que são levados em conta para compreender, interpretar ou descrever o que está acontecendo, como os aspectos da situação na qual desenvolve-se a interação, saberes compartilhados pelos interagentes, etc. Os pesquisadores que trabalham com a análise do discurso em interação concordam que o contexto não é, invariavelmente, dado no início de uma interação, como se fosse um cenário no qual os participantes interagiriam e se desenvolveriam as atividades, mas é redefinido continuamente pelos participantes e suas ações. Todavia, as opiniões divergem em relação a como recorrer ao contexto nas análises.

Nesse sentido, antes de apresentar informações mais específicas sobre o contexto de realização das interações que compõem nossos *corpora*, julgamos importante ressaltar que, em relação aos diferentes tipos de tratamento que se pode dar ao contexto no campo da linguística interacionista, em que há, de um lado, os etnólogos da comunicação, que acreditam que o analista deve recolher a maior quantidade de informação possível do contexto direto de realização das interações e, de outro, os adeptos à análise conversacional, que defendem que é a partir do cotexto que se reconstitui o contexto, nos posicionamos na intersecção dessas duas abordagens, pois, como o analista necessita reconstituir todo o processo discursivo para compreender, da forma mais real possível, o modo pelo qual os interlocutores produziram e interpretaram os enunciados, é importante que considere, de antemão, referenciais que configuram alguns aspectos contextuais como, por exemplo, o contexto espaço-temporal, o quadro participativo, institucional, etc., que envolvem a interação e, concomitantemente, observar como esses dados são ativados e

[111] "C'est une parole 'située' qui est à la fois formatée par le contexte et rénovatrice du contexte, c'est-à-dire que les locuteurs adaptent leur façon de parler au contexte dans lequel ils se trouvent, et que parallèlement, par leur interaction, ils modifient ce contexte."
[112] Cf. Heritage (1984) e Duranti & Goodwin (1992).

negociados pelos interlocutores no discurso. Kerbrat-Orecchioni defende a conciliação dessas duas abordagens ao declarar que

> Se o analista não participa da construção da interação, deve reconstrui-la posteriormente, isto é, reconstituir "o que acontece" ao longo de todo o processo discursivo. Essa operação de reconstrução necessita recorrer tanto a informações internas quanto externas[113] (KERBRAT-ORECCHIONI, 2007, p.09).

Nesse sentido, trataremos, a seguir, do contexto interacional de nosso objeto de estudo abordando as singularidades dos *corpora* brasileiro e francês. Apresentaremos, pois, os seguintes constituintes: os participantes do discurso, o quadro espacial e temporal em que se inserem e o objetivo da interação.

3.3.1. Quem interage e de onde falam?: a apresentação dos interagentes

Participam das interações em língua portuguesa um total de 33 interlocutores. No que tange aos profissionais, há a participação de 14 operadores de televendas, 10 mulheres e 4 homens. Como esse setor é conhecido no Brasil pelo predomínio de mulheres atuantes, o presente objeto de estudo não foge a essa regra. Ainda que definir, com exatidão, a faixa etária desses operadores não seja possível, uma vez que essa informação não nos é acessível, supõe-se que se trata de um grupo formado, majoritariamente, por indivíduos que possuem entre 20 e 34 anos, público normalmente atraído, em âmbito brasileiro, por empresas de *Call Center*, que não exigem, em geral, nível superior nem experiência profissional para contratação.

No corpus analisado, esses operadores contatam um total de 17 clientes, 12 mulheres e 5 homens. Assim como ocorre no primeiro caso, por não se tratar de um dado disponível, não se pode identificar precisamente a idade desses interlocutores. Se tomarmos como referencial a qualidade vocal desses participantes, pode-se presumir que se trata de um público fortemente heterogêneo com idade entre 20 e 54 anos.

---

[113] "si l'analyste ne participe pas à la construction de l'interaction, il doit la reconstruire après coup, c'est-à-dire reconstituer "ce qui se passe" tout au long du processus discursif. Cette opération de reconstruction nécessite le recours à des informations aussi bien internes qu'externes."

Encontra-se a mesma diversidade na vida profissional dos clientes contatados, que são assistentes administrativos, vendedores, autônomos, etc. e, também, estudantes, donas de casa ou estão em busca de um emprego. Somente alguns clientes foram indagados sobre sua profissão, o que não nos permite traçar um perfil mais preciso a esse respeito.

No que se refere ao quadro espacial, as ligações telefônicas são realizadas a partir da Central de atendimento de uma empresa da qual a identidade, por questões de sigilo de informações, será preservada. Em linhas gerais, trata-se de uma organização privada de *Contact Center* terceirizada, de grande porte, especializada em atendimentos nas modalidades de televendas ativo e receptivo. Embora as chamadas telefônicas sejam originárias, em sua maioria, do estado de São Paulo, clientes de quase todas as regiões do país são contatados - com exceção da Norte – geralmente em seu domicílio ou local de trabalho. Em relação ao quadro temporal, todas as interações ocorreram no ano de 2017.

Na França, participam das interações um total de 60 interlocutores. No que se refere, precisamente, aos operadores de televendas, há um total de 30 profissionais, 20 mulheres e 10 homens. Nota-se, como no *corpus* brasileiro, o predomínio de mulheres nessa situação de comunicação, bem como a dificuldade de definir a faixa etária desses profissionais. Contudo, supõe-se que possuem entre 20 e 34 anos, conjectura que encontra respaldo em um artigo publicado no site do Ministério do Trabalho Francês (*Ministère du Travail*, 2018) que declara que os operadores de televendas na França têm, em média, de 25 a 30 anos. Além disso, exige-se, em geral, formação (BAC + 2[114]) e experiência no setor para contratação.

Dentre os 30 clientes contatados, 11 são mulheres e 19 homens pertencentes, aparentemente, a diferentes faixas etárias (esse dado não foi explorado com regularidade). Percebe-se, todavia, a partir de algumas informações contextuais, que há o predomínio de clientes aposentados, ou seja, com mais de sessenta anos, assim como de adultos com uma certa bagagem profissional, pois ocupam cargos de gerência em suas atividades profissionais. Nesse sentido, presume-se que possuem de 35 a mais de 55 anos.

As chamadas telefônicas partem de uma empresa de *Call Center* de médio porte, especializada, unicamente, na modalidade empresa-ativo, que contata

[114] Nível de estudos correspondente ao ensino técnico no Brasil.

clientes em diferentes regiões da França que se encontram, predominantemente, em suas residências ou em ambiente de trabalho. Os registros foram efetuados ao longo dos anos de 2017 e 2018.

3.3.2. Quais especificidades contextuais e legais regulam essas interações?

Ainda que o objetivo das ligações de televendas brasileiras e francesas seja único, apresentam algumas especificidades que merecem ser destacadas devido à sua influência na composição do quadro interacional das interlocuções, como por exemplo, a natureza do contato telefônico.

Enquanto no *corpus* em francês, trata-se, predominantemente, do primeiro contato da empresa com o cliente, em português, em geral, embora também seja o primeiro diálogo estabelecido entre o operador e o cliente, o telefonema é motivado ora pelo preenchimento de um formulário disponível na *Internet* para se ter informações a respeito do produto, ora pelo fato de o possível cliente ter efetuado, no passado, uma formação na plataforma de conteúdo com a qual a empresa idealizadora do curso firmou parceria. Todavia, essa disparidade inicial parece não influenciar o desfecho das interações analisadas ao verificar-se os indicadores de sucesso dessas interações (0% em português, contra 30% em francês).

Há, ainda, uma variação de ordem legal que intervém diretamente nas características das ligações de televendas em português e francês. Como se trata de transações efetuadas fora de um estabelecimento comercial, tanto no Brasil como na França, há leis específicas que as regem. No Brasil, a realização de vendas diretas por telefone é permitida e, segundo o Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8078, de 11 de setembro de 1990, Art. 49[115], o consumidor dispõe de sete dias, a partir da data de sua efetivação, para desistir de uma transação realizada fora do estabelecimento comercial, sobretudo por telefone ou em domicílio. Em território francês, os contratos de venda ou, ainda, a captação de clientes, efetuados à distância via telefone obedecem a uma regulamentação que apresenta maior complexidade. Conforme o *Code de la consommation*, Lei nº 2016-

[115] Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8078, Art. 49: “O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.”

301, de 14 de março de 2016, Art. L221-10[116], não é permitido ao profissional o recebimento de nenhum pagamento ou contrapartida da parte do consumidor antes de sete dias contados a partir da data de conclusão do contrato, ou transação, realizado fora do estabelecimento comercial, caso das transações comerciais de televendas.

As exigências da lei francesa dificultam, portanto, a venda direta por telefone, uma vez que se deve aguardar sete dias após a concretização do acordo para que o consumidor possa realizar o pagamento exigido mediante o envio prévio ao profissional de uma confirmação assinada e validada por escrito ou por via eletrônica, determinação prevista no Art. L221-16[117] da mesma lei. Ademais, após efetuado o pagamento, o consumidor ainda dispõe de quatorze dias para exercer seu direito de desistência da transação efetuada à distância, como define o Art. L221-18[118]. Contudo, as restrições referentes a prazos para a efetuação de pagamentos não se aplicam a contratos concluídos durante reuniões organizadas pelo vendedor em seu domicílio ou no de um consumidor que tenha previamente e expressamente aceitado que a operação ocorra em sua residência, conforme propõe o terceiro parágrafo do Art. L221-10.

Assim, essas disposições legais influem, profundamente, nas práticas adotadas pelas empresas. Como no primeiro caso, a venda direta é permitida por telefone, a empresa brasileira tem por objetivo a realização da transação comercial no ato, se possível for, da primeira ligação. Desse modo, idealmente falando, o estabelecimento da interação, a apresentação do produto, a aceitação do cliente e a realização do pagamento podem acontecer já na primeira abordagem.

Dado que na França, como demonstrado há pouco, os meios para a efetivação de uma transação comercial à distância estão condicionados à observação de diferentes etapas, o que prolonga o processo e pode contribuir com o

---

[116] Code de la consommation, Ordonnance nº 2016-31, Art. L221-10 : “Le professionnel ne peut recevoir aucun paiement ou aucune contrepartie, sous quelque forme que ce soit, de la part du consommateur avant l'expiration d'un délai de sept jours à compter de la conclusion du contrat hors établissement.”

[117] Code de la consommation, Ordonnance nº 2016-31, Art. L221-16 : “A la suite d'un démarchage par téléphone, le professionnel adresse au consommateur, sur papier ou sur support durable, une confirmation de l'offre qu'il a faite et reprenant toutes les informations prévues à l'article L. 221-5. *Le consommateur n'est engagé par cette offre qu'après l'avoir signée et acceptée par écrit ou avoir donné son consentement par voie électronique*.” (Grifo nosso)

[118] Code de la consommation, Ordonnance nº 2016-31, Art. L221-18 : “Le consommateur dispose d'un délai de quatorze jours pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance, à la suite d'un démarchage téléphonique ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision ni à supporter d'autres coûts que ceux prévus aux articles L. 221-23 à L. 221-25.”

abandono da intenção de compra por parte do cliente, uma vez que lhe é atribuído mais tempo para refletir e tomar sua decisão, o que o protege da influência imediata e das estratégias de persuasão dos operadores, a empresa francesa, talvez por questões estratégicas - afinal, no meio empresarial, como diz a velha máxima, *Time is Money* - possui outro tipo de objetivo: levar o cliente potencial a receber, seja em seu trabalho ou em seu domicílio, um de seus representantes. Essa prática pode agilizar o processo sem que ocorra o desrespeito de nenhuma prescrição legal, pois as transações comerciais realizadas em face à face são permitidas por lei e não há, nesse caso, nenhuma restrição referente a prazos e pagamentos. Por essa razão, o cenário ideal, consideradas as metas da empresa francesa, seria aquele em que o cliente aceitaria o agendamento de um encontro e que, no decorrer dele, efetivasse a transação comercial.

Essa especificidade de natureza legal provoca, portanto, em termos de abordagem do cliente, as seguintes consequências: enquanto em português o propósito do telefonema e sua natureza transacional são, abertamente, explicitados pelos operadores, em francês, como o objetivo é a obtenção de um encontro, o cunho comercial da interação, via de regra, não é revelado durante as ligações e, em muitos casos, é até mesmo negado. Devido à essa dissimulação, o particular terá consciência do teor transacional da visita, provavelmente, somente em seu domicílio. Assim, o modo como o representante da empresa desfaz a dissimulação e introduz o verdadeiro objetivo da interação permanecerá, considerados os limites deste estudo, uma incógnita.

3.3.3. As relações entre o quadro contextual e o parâmetro estrutural

As interações sob análise são eventos comunicacionais engendrados por operadores de televendas que visam a vender algo a um possível cliente. Esses profissionais têm acesso a condições pré-existentes à realização da ação comercial as quais não estão disponíveis ao interlocutor, uma vez que não podem prevê-las. Essa configuração permite, assim, aos operadores entrar em contato com clientes pré-formatados, ou seja, que apresentam, de antemão, características que os tornam potencialmente alvo da operação comercial, por exemplo: redução de gastos e informação sobre artrose destinada a idosos, mecanismos para empresa a adultos em ascensão, cursos de inglês a adultos ativos, jovens ou desempregados.

Independentemente dessa disposição, o objetivo da interação é o mesmo: tornar atrativo um produto ou serviço para realizar a sua venda.

Ainda, a fim de tornar a ação mais eficiente e aumentar as chances de sucesso, o operador tem à sua disposição um *script*, ou roteiro escrito, que apresenta uma sequência de passos sobre como executar cada etapa do processo de vendas, um argumentário, documento que apresenta argumentos no intuito de auxiliá-lo a defender o produto ou serviço diante das possíveis objeções suscitadas pelos clientes, ambos desenvolvidos especificamente para cada campanha de televendas, além de possuir experiência e conhecimento adquiridos ao longo das interações anteriores. Em contrapartida, essa aparente desvantagem do cliente pode encontrar certo equilíbrio ao se considerar o fato de que ele detém o poder de decisão, pois o êxito da ação comercial proposta depende de sua aceitação. Desse modo, enquanto o operador é detentor da informação, ao cliente cabe a decisão final.

Ainda que haja uma certa padronização que envolva as ligações de televendas, trata-se de uma interação em vias de construção que, antes mesmo de sua realização, apresenta um conflito de interesses: o operador, além de ser seu principiador, também é responsável por colocar o interlocutor no papel interacional de cliente, de modo geral, à sua revelia. De qualquer forma, como o operador é o regente da interação, aquele que introduz os temas e as perguntas, nosso olhar volta-se, predominantemente, para suas produções.

As ligações de televendas em português e em francês, além de compartilhar essa relação entre o quadro contextual e o parâmetro estrutural, dividem, ainda, similitudes, ou invariantes (cf. Traverso, 2008, p.03), relacionadas aos fatores situacionais que as envolvem. Assim, organizamos algumas dessas características no Quadro a seguir:

Quadro 3: Características da situação de comunicação

FATORES SITUACIONAIS	**PORTUGUÊS**	**FRANCÊS**
Temática	Especializada – âmbito profissional	Especializada – âmbito profissional
Finalidade da interação	Transacional	Transacional
Quadro espacial	Operadores: empresa de *ContactCenter* Clientes: residência ou local de trabalho	Operadores: empresa de *Call Center* Clientes: residência ou local de trabalho

Quadro temporal		2017	2017/2018
PARTICIPANTES	**Relação vivencial**	Desconhecidos	Desconhecidos
	Idade	Operadores: 20 a 34 anos Clientes: 20 a 54 anos	Operadores: 20 a 34 anos Clientes: 35 a 54 anos - >55
	Gênero	Operadores: 70% mulheres -30% homens Clientes: 70% mulheres – 30% homens	Operadores: 66,3% mulheres -33,3% homens Clientes: 36,7% mulheres – 63,3% homens
	Origem e procedência	Diferentes regiões brasileiras	Diferentes regiões francesas

As considerações acima salientadas indicam que as ligações brasileiras e francesas atendem aos critérios de comparabilidade recomendados no âmbito das análises interacionais comparadas, dado que apresentam, conforme se ilustrou, pontos comuns suficientes para serem consideradas como pertencentes ao mesmo tipo de interação. Contudo, no intuito de fornecer maiores detalhes não somente da situação de comunicação analisada, mais ainda, dos diálogos que a compõem, trataremos, nesse momento, dos tópicos discursivos neles desenvolvidos, pois apresentam elementos que, de certa forma, os particularizam.

3.3.4. Os domínios temáticos nas ligações brasileiras e francesas

As ligações de televendas brasileiras e francesas, embora pertençam ao mesmo tipo de interação, apresentam especificidades referentes aos domínios temáticos introduzidos pelos operadores que estão atrelados ao tipo de ação proposta. Assim sendo, o objeto das interações difere, haja vista que podem referir-se ao aperfeiçoamento profissional (formação E.A.D.), ao bem-estar físico (informação sobre saúde) e à esfera puramente financeira (redução de despesas de eletricidade, aumento de demanda de clientes, etc.).

Desse modo, enquanto as interlocuções em português desenvolvem-se em torno de um único tópico discursivo, a saber, a venda de um curso de inglês *on-line*, em francês, há uma diversidade de temas discutidos; porém, vale destacar que,

apesar dessa pluralidade, o objetivo dos contatos é único, ou seja, o agendamento de um encontro físico com o cliente para que a venda ocorra *in-loco*.

Haja vista que as operações de televendas francesas visam a atingir públicos-alvo distintos, particulares e comerciantes[119], as abordagens envolvem, essencialmente, as seguintes temáticas: no primeiro caso, testes domésticos (consumo de energia, isolação térmica, verificação de placas solares, controle de hermeticidade e produção doméstica de energia), formações relacionadas a problemas de saúde (campanha de informação sobre artrose) e, no segundo, soluções de *marketing* (ferramenta de visibilidade *on-line*, redirecionamento de clientes via Internet e plano de comunicação publicitária/parceria[120]) e auxílio para a otimização de contratos de energia.

No intuito de oferecer uma visão mais precisa da organização temática das interações em francês, haja vista sua diversidade, relacionamos, abaixo, os domínios temáticos aos seus respectivos diálogos.

Quadro 4: Ligações em francês e seus domínios temáticos

DOMÍNIOS TEMÁTICOS	DIÁLOGOS
Redução de consumo de energia	D01, D02, D03, D07, D09, D14
Campanha de informação sobre artrose	D04, D05
Programa de auxílio para isolação térmica	D06, D08
Verificação de placas solares	D10
Controle de hermeticidade	D25, D26, D27
Produção doméstica de energia	D19
Ferramenta de visibilidade *on-line*	D11, D12, D13
Redirecionamento de clientes via Internet	D15, D16, D17, D18, D21, D22, D23, D24
Plano de comunicação publicitária /parceria	D28, D29
Auxílio para a otimização de contratos de energia	D30

Apesar dessas variáveis temáticas, há parâmetros constantes existentes nas interações brasileiras e francesas, como discutimos há pouco (cf. supra) que viabilizam a realização de uma análise comparativa a fim de revelar similitudes e

[119] Ainda que possa haver algumas especificidades no desenrolar de uma ligação realizada com um particular ou um comerciante, como a presente análise pauta-se, sobretudo, no ponto de vista do operador, escolha anteriormente justificada, a gestão da interação não se altera de maneira significativa. De qualquer forma, esses aspectos serão objeto de uma publicação posterior.

[120] Nessas ocasiões, comerciantes de diferentes setores foram contatados: um pedreiro, um marceneiro, um fisioterapeuta, um proprietário de restaurante, um mecânico, um gerente de uma agência de aluguel de carros, dois gerentes de autoescola, um taxista, um gerente de loja de roupas femininas e uma gerente de uma loja de produtos de beleza.

especificidades inerentes a essa situação de comunicação nas culturas alvo desta análise. Nessa perspectiva, abordaremos, no subtópico posterior, os métodos adotados para sua realização.

3.4. Os procedimentos metodológicos

Nossa pesquisa inscreve-se no campo da análise das interações verbais que, sendo uma abordagem interacionista, parte da ideia de que a observação de situações de comunicação cotidianas é um modo de acessar os usos da linguagem. Nesse sentido, a prioridade é dada aos discursos dialogados orais e aos dados autênticos que devem ser gravados e minuciosamente transcritos. O *corpus* constituído serve de base para um estudo indutivo, ou seja, conduzido pelos dados. A esse respeito, Traverso afirma que

> A análise das interações baseia-se em um método indutivo: parte dos dados buscando identificar comportamentos interacionais recorrentes para propor categorizações e formular generalizações. A abordagem é absolutamente descritiva[121] (TRAVERSO, 1999, p. 22).

Kerbrat-Orecchioni ressalta o caráter absolutamente científico do trabalho de descrição das interações destacando que

> A perspectiva é científica, isto é, puramente descritiva: trata-se de ver o mais objetivamente possível, a partir de *corpora* gravados e cuidadosamente transcritos, como são fabricados esses objetos particulares que são as conversações[122] (KERBRAT-ORECCHIONI, 1996, p.10).

Posto que o objetivo da análise das interações é identificar as regras que fundamentam o seu funcionamento, submetemos nossos dados a uma análise de natureza descritiva, qualitativa (abordagem micro) e quantitativa (nível macro) a fim de revelar as práticas discursivas utilizadas pelos operadores ao procurar

---

[121] "L'analyse des interactions repose sur une méthode inductive : elle part des données en cherchant à identifier des comportements interactionnels récurrents pour en proposer des catégorisations et formuler des généralisations. La démarche est résolument descriptive."

[122] "La perspective se veut scientifique, c'est-à-dire purement descriptive : il s'agit de voir de plus objectivement possible, à partir de *corpus* enregistrés et soigneusement transcrits, comment sont fabriqués ces objets particuliers que sont les conversations."

transformar o dissenso em cooperação e, ainda, melhor compreender os comportamentos interacionais e comunicativos culturalmente construídos nas línguas portuguesa e francesa mediante a aplicação da metodologia interacional em um *corpus* constituído por dados naturais, ou seja, por interações que se realizam em seu contexto social de produção sem nenhum tipo de intervenção do pesquisador. O que nos interessa, de fato, é a articulação entre as análises descritiva, qualitativa e quantitativa no intuito de validar ou complementar possíveis interpretações.

Como esta pesquisa envolve dois sistemas linguísticos e culturais distintos, a investigação dos *corpora* desenvolve-se segundo a abordagem comparativa. Nesse sentido, discutiremos, no próximo subitem, a respeito dessa perspectiva.

3.5. A perspectiva comparativa: a busca por variações e regularidades

A pragmática contrastiva[123] (OLESKY,1989), perspectiva denominada em inglês *cross-cultural pragmatics* (BLUM-KULKA et al., 1989), situa-se no âmbito da abordagem comparativa e designa os estudos que comparam diferentes culturas baseados na investigação de certos aspectos do uso da linguagem, como os padrões de comportamento discursivo. A pragmática contrastiva e a pragmática intercultural, ainda que sejam muitas vezes utilizadas como termos intercambiáveis, diferenciam-se. A primeira considera cada língua separadamente e analisa, paralelamente, suas analogias e disparidades, quadro em que se insere esta pesquisa, ao passo que a segunda focaliza-se na investigação do processo de produção e compreensão de interlocutores falantes de diferentes línguas e provenientes de culturas diferentes, mas que usam uma língua comum para comunicar-se.

Assim, conforme propõe a perspectiva contrastiva, que se efetiva pela comparação descritiva de duas ou mais línguas, estamos em busca de variações e regularidades existentes entre as línguas-culturas brasileira e francesa no âmbito

[123] A pragmática contrastiva recebe diferentes denominações na literatura, como *Contrastive Conversation Analyses* (MAYARD, 1989), *Constrastive Pragmatics* (OLESKY, 1989), *Cross-Cultural Pragmatics* (BLUMKULKA & al, 1989, WIERZBICKA, 1991a) ou *Intercultural Communication Theory* (GUDYKUNST, 1983).

das interações de televendas. No tocante a essa abordagem, Kerbrat-Orecchioni (1994, p. 10) declara que "a técnica de base consiste simplesmente em *descrever*, a partir de observações empíricas sistemáticas e controladas, *certos funcionamentos próprios da S1 [sociedade 1], e compará-los aos funcionamentos equivalentes que se observam em S2 [sociedade 2]*[124]*"* (grifos da autora).

A definição do verbo comparar apresentada pelo dicionário Aurélio (1988) evidencia que se trata de "confrontar uma coisa com outra para lhe determinar diferença, semelhança ou relação". Essa definição designa que, para comparar-se, deve-se "confrontar uma coisa com outra", ou seja, aproximar objetos de natureza diferente para, então, estabelecer uma relação de igualdade ou dissemelhanças.

Ao se tratar de igualdades e dissemelhanças relativas ao funcionamento da interação em diferentes culturas, é inevitável não tocar na questão da variação cultural. Nesse sentido, Kerbrat-Orecchioni (2005, p. 287) afirma que "dado que o funcionamento das interações obedece a certos mecanismos e princípios universais que devem ser identificados, não se deve nunca perder de vista essas variações [culturais][125]". Considera que essas variantes podem afetar cada aspecto da comunicação e localizar-se em todos os níveis do funcionamento das interações e, desse modo, apresenta um inventário de algumas delas. Interessa-nos, especificamente, as que remetem à organização temática, lógica e retórica do discurso, às formas de tratamento, à formulação dos atos de linguagem e à organização das trocas comunicativas (KERBRAT-ORECCHIONI, 1994, p. 15), haja vista as especificidades de nossos *corpora*, bem como os propósitos deste estudo.

A organização temática, lógica e retórica do discurso refere-se, respectivamente, (1) ao problema dos gêneros do discurso, ou seja, aos tipos relativamente estáveis de enunciados elaborados por cada campo de utilização da língua (BAKHTIN, 2003, p. 261-262), uma vez que as sociedades não dispõem exatamente dos mesmos gêneros, com seus *scripts* específicos e suas particularidades retóricas; (2) à gestão dos temas, que se relaciona ao nível de aceitação de determinados temas em uma sociedade; e (3) à coerência do discurso,

---

[124] "la technique de base consiste tout simplement à *décrire*, à partir d'observations empiriques systématiques et controlées, *certains fonctionnements propres à S1 [société 1], et à les comparer aux fontionnements équivalents qui s'obervent en S2 [société 2]*."

[125] "étant bien entendu donné que le fonctionnement des interactions obéit à certains mécanismes et principes universels qu'il importe de dégager, il ne faut jamais perdre de vue ces variations [culturelles]".

relativa à variação na organização e na estrutura da argumentação de cultura à cultura. Essas questões são analisadas, atualmente, no âmbito da retórica contrastiva, que tem como trabalho fundador os estudos de Robert S. Kaplan (1966). No tocante a esse tópico, Kerbrat-Orecchioni (1994) ressalta que os procedimentos argumentativos do oral foram, infinitamente, menos estudados que os do escrito.

Em relação aos sistemas de tratamento (pronomes de tratamento, seleção lexical ou sintagmas nominais), a autora afirma que se modificam, igualmente, de uma língua a outra, ainda que, às vezes, seja de maneira sutil.

Quanto aos atos de linguagem, conforme Kerbrat-Orecchioni (2002), diferentes aspectos de seu funcionamento podem ser afetados pela variação cultural:

- o estoque e o recorte dos atos de linguagem: um ato pode existir em uma sociedade *A* e não haver correspondente em uma sociedade *B* e, ainda que ambas disponham do mesmo ato, sua conceituação nem sempre é idêntica;
- a realização dos atos de linguagem: a formulação habitual dos atos praticada em uma sociedade *A* pode diferenciar-se em relação ao que se pratica na sociedade *B*; essa diferença pode ser linguageira, mas também referente aos sistemas de valores próprios de cada cultura;
- as condições de emprego do ato de linguagem: a variação diz respeito a situações nas quais a produção de um determinado ato é obrigatória, facultativa ou excluída;
- o valor interacional e relacional do ato: trata-se, em particular, do caráter polido ou impolido do ato produzido em um determinado contexto.

No que se refere à organização das sequências ou das trocas comunicativas, suas respectivas estruturas podem variar de uma sociedade a outra. A autora destaca a importância das sequências de abertura e de encerramento como momentos particularmente delicados na interação, pois podem representar uma ameaça às faces dos interlocutores. As línguas colocam à disposição dos falantes, nessas situações, uma série de procedimentos ritualizados que variam entre as culturas. As interações que se realizam via telefone, por exemplo, são fortemente ritualizadas e podem diferenciar-se, significativamente, conforme a cultura: no Brasil, por exemplo, a sequência de abertura é, em geral, mais extensa, ao passo que na França, preza-se pela objetividade. Além disso, na sociedade francesa, cabe àquele que telefona, enquanto responsável pela ligação, o papel de identificação explícita

dos dois participantes, enquanto no Brasil a sequência desenvolve-se de modo mais colaborativo. Exploraremos essas variações mais a fundo no próximo capítulo.

Segundo Kerbrat-Orecchioni (1994), as trocas ritualizadas podem provocar divergências pelas seguintes razões: (1) algumas delas não encontram equivalentes em ambas as línguas; (2) a troca ritual existe nas duas sociedades, mas sua forma de realização não é necessariamente equivalente; (3) o ritual existe em ambas as sociedades, realiza-se a partir de formas similares, mas que não estão submetidas à mesma condição de emprego.

Embora haja inúmeras variações, os diferentes comportamentos de uma comunidade obedecem a uma coerência profunda e sua descrição sistemática pode revelar seu perfil comunicativo, ou seu *ethos*[126] coletivo, ou seja, a maneira pela qual uma comunidade comunicativa apresenta-se ou comporta-se em uma interação (mais ou menos calorosa ou fria, próxima ou distante, modesta ou arrogante, “sem limitações” ou respeitadora do território alheio, suscetível ou indiferente à ofensa) em relação aos sistemas de valores em vigor no seio da comunidade em questão (KERBRAT-ORECCHIONI, 1994, p. 63).

Assim, a concepção da relação interpessoal, que se refere ao modo pelo qual determinada comunidade concebe e expressa esse tipo de relação configura-se como um importante princípio que opõe os comportamentos comunicativos das diferentes sociedades. Organiza-se sobre três ângulos essenciais: a relação horizontal, representada pelas sociedades detentoras de um *ethos* de proximidade em oposição ao *ethos* de distanciamento, a relação vertical, determinada pelas sociedades com *ethos* hierárquico ou igualitário, e o eixo do consenso e do conflito, que designa as sociedades de *ethos* consensual ou de confronto.

Baseada profundamente no sistema de polidez e na teoria de faces desenvolvidos por Brown e Levinson (1978), a concepção da polidez distingue: (1) as sociedades que conferem maior ou menor importância às faces do locutor em oposição às do interlocutor; (2) as sociedades em que se predomina a polidez positiva ou as que preferem a polidez negativa; (3) as culturas que atribuem maior ou menor importância ao território em oposição à face.

---

[126] Trata-se de uma extensão da noção de *ethos* proveniente da retórica, que designa, de forma geral, o modo como o orador comporta-se em seu discurso e as qualidades que revela ao exprimir-se.

Kerbrat-Orecchioni explicita que essas características comunicativas não devem ser analisadas isoladamente, mas dentro de um sistema que se constitui no interior de uma sociedade. Além disso, ressalta que, para realizar-se uma descrição comparativa dos funcionamentos interacionais de modo efetivo, deve-se efetuar observações finas e precisas fundadas na análise de dados autênticos que estejam situados em um contexto comunicativo determinado e que respeitem o princípio de comparabilidade, isto é, as interações na L1 (língua 1) e L2 (língua 2) devem compartilhar características de realização contextuais para serem consideradas como comparáveis.

Com base nesses parâmetros, para realizar este estudo, selecionamos interações em português e francês que ocorrem em situações similares (cf. Quadro 3) - haja vista a convenção da não existência de trocas comunicativas exatamente idênticas - no intuito de melhor compreender os comportamentos comunicativos de falantes nativos de português e francês ao longo de uma ligação telefônica de cunho comercial na qual a manifestação do dissenso mostrou-se marcante.

A pragmática contrastiva leva ao desenvolvimento da consciência da amplitude de variações culturais e da diversidade das normas interacionais podendo, assim, auxiliar-nos a melhor compreender o outro e a si mesmo.

Sobre essa questão, Kerbrat- Orecchioni afirma que

> A pragmática contrastiva ajuda-nos a entender melhor o outro, esse estranho que deixa de ser estranho quando admitimos o caráter eminentemente relativo e variável das normas interacionais. Mas, ao mesmo tempo, também ajuda a entender melhor a própria cultura, porque torna visíveis certas "evidências invisíveis[127]" (KERBRAT-ORECCHIONI, 2007, p. 18).

Como a perspectiva comparativa permite encontrar as características próprias aos estilos comunicativos de determinada comunidade discursiva, este estudo, ao evidenciar as especificidades das línguas portuguesa e francesa, poderá contribuir com o desenvolvimento de uma percepção mais consistente dos estilos comunicativos delineados em ambas as culturas.

---

[127] "la pragmatique contrastive nous aide à mieux comprendre l'autre, cet étranger qui cesse d'être étrange dès lors que l'on admet le caractère éminemment relatif et variable des normes interactionnelles. Mais elle permet aussi du même coup de mieux comprendre sa propre culture, car elle rend visibles certaines "évidences invisibles".

Portanto, no próximo Capítulo, a partir das perspectivas discutidas nessa seção, realizaremos a análise comparativa das ligações de televendas na qual recuperaremos, de forma direta ou indireta, aspectos repertoriados por Kerbrat-Orecchioni (1994) referentes às variações culturais e descreveremos as disparidades e similitudes presentes nas línguas portuguesa e francesa, reflexo de suas respectivas culturas, a fim de compreender como brasileiros e franceses atuam diante da manifestação do dissenso nessa situação de comunicação.

CAPÍTULO 4: ANALISANDO OS DADOS E DISCUTINDO OS RESULTADOS

O objetivo desta análise, como explicitado e justificado anteriormente, é revelar como os operadores brasileiros e franceses revertem o dissenso que repousa sobre as operações de televendas observando o modo pelo qual envolvem o possível cliente na interação e procuram, em meio a objeções, levá-lo a aceitar sua proposta.

Embora nossa investigação centralize-se na observação da sequência de abertura e do corpo da interação, haja vista os objetivos deste estudo, exploraremos, inicialmente, os desfechos das ligações de televendas a fim de constituir categorias de análise no intuito de verificar, de modo mais preciso, a configuração das modalidades de negociação delineadas a partir da relação de lugares bem como as especificidades dessas interações.

Examinaremos, em seguida, as sequências de abertura, etapa fundamental durante a qual se configuram os elementos essenciais para a realização da operação de televendas, dado que possuem uma importante função relacional e instauram a atmosfera da interação. Ainda, a fim de averiguar a existência de uma possível correlação entre a abertura e o desfecho das interações, procederemos à análise das ligações telefônicas que compartilham uma conclusão similar.

Após discutirmos a respeito das especificidades reveladas na sequência de abertura, trataremos dos fenômenos que se produziram no corpo das ligações. Nesse sentido, desconstruído o primeiro dissenso e estando, portanto, o cliente engajado na interação, verificaremos, nos casos em que há manifestação de resistência, objeções, de sua parte, quais estratégias mobiliza o operador a fim de desconstruir o dissenso, reorientar o interlocutor para o propósito central da interação e convencê-lo da real atratividade de sua proposta. A fim de melhor compreender como se constrói o jogo de forças e as possíveis modulações interacionais que se constituem a partir da “inter-ação” das relações de liderança, examinaremos, igualmente, as modalidades de negociação que se produzem no corpo das ligações de televendas.

Partimos do pressuposto de que os operadores em questão empregarão estratégias diferentes em âmbito brasileiro e francês e que os clientes detentores de

uma posição de liderança já no início da ligação telefônica irão, forçosamente, desembocar na recusa da oferta do profissional.

Com a finalidade de apresentar os resultados das análises de forma dinâmica, optamos por organizá-los de modo integrado, identificando, relacionando e discutindo, prontamente, as similitudes e variações encontradas nas línguas portuguesa e francesa conforme os nossos propósitos.

I. O desfecho das interações

No intuito de melhor contextualizar e caracterizar as interlocuções em português e em francês sobre as quais se fundamenta a presente pesquisa trataremos, a seguir, de algumas especificidades referentes às categorias de ligações de televendas estabelecidas, como mencionado anteriormente, segundo a natureza de seu desfecho. A escolha de abordar os dados a partir do desfecho das interações foi motivada pela necessidade de estabelecer categorias de análise no interior das quais poderíamos observar a configuração das modalidades de negociação constituídas a partir da relação de lugares delineada entre os interactantes e, ainda, melhor avaliar as particularidades dessas chamadas telefônicas.

Desse modo, tomando o operador como referencial, três grupos foram estabelecidos: (1) as ligações com desfecho positivo, ou seja, em que o operador atinge seu objetivo interacional, a saber, a venda do curso de inglês ou o agendamento de um encontro presencial; (2) as ligações com desfecho em aberto, ou inconclusivo, em que o interlocutor mostra-se receptivo a, ou propõe, um novo contato, ainda que não tenha alinhado-se aos propósitos do operador na primeira interlocução; e (3) as ligações com desfecho negativo, em que o cliente refuta, claramente, a proposta apresentada e não expressa desejo algum de estabelecer um outro contato.

4.1. As ligações de televendas: desfechos positivo, negativo e inconclusivo

Com o propósito de oferecer uma perspectiva global do percentual de êxito ou insucesso obtido pelos operadores brasileiros e franceses em suas ações, segue:

Tabela 1: O percentual de ligações segundo o tipo de desfecho

DESFECHO	PORTUGUÊS	FRANCÊS
Positivo	0%	30%
Negativo	23,5%	40%
Inconclusivo	76,5%	30%

Esses resultados apontam, de antemão, para algumas questões que fogem à previsibilidade que uma interpretação pautada, exclusivamente, em especificações externas ligadas a essas interações poderiam levantar. Se fosse considerado, por exemplo, a fato de que 47% das ligações em língua portuguesa foram provocadas pelo próprio interlocutor mediante o preenchimento de um cadastro *on-line* a fim de obter informações complementares a respeito do curso proposto, poder-se-ia pressupor que a probabilidade de sucesso dessas operações de televendas seria ampla, uma vez que o desejo de compra já havia sido sinalizado pelo cliente, ainda mais se relacionarmos essa informação com o fato de que em 29,4% das ligações, trata-se do segundo contato, o que poderia sugerir a existência de um certo alinhamento entre os objetivos do operador e os do possível cliente.

Contudo, em nossos dados, não houve, efetivamente, nenhuma transação comercial concluída em âmbito brasileiro. Importa destacar que três ligações listadas no grupo de desfecho inconclusivo encontravam-se em um estágio de negociação, supostamente, avançado, porém ainda indefinido.

Partindo desse mesmo referencial, o que ocorre nas interlocuções em francês vai em sentido oposto, pois todas as abordagens foram diretas, fiéis, portanto, ao princípio básico de *démarchage téléphonique* (venda por telefone), que propõe um serviço comercial não solicitado pelo cliente. Além disso, em 93,4% dos casos, trata-se do primeiro contato. A correlação desses dois fatores vai de encontro aos 30% de desfechos favoráveis revelados nas interações em língua francesa, contra 0% em português.

Essa disparidade pode ser produto dos benefícios e da percepção de concretude das ações comerciais propostas: enquanto em português, os ganhos pertencem, inicialmente, à esfera simbólica, uma vez que aprender inglês pode não

trazer proveito real nem imediato ao cliente, as operações francesas propõem soluções que se reverteriam, de modo geral, em vantagens financeiras, sejam voltadas ao universo pessoal do cliente, como mecanismos para economia e produção de energia, isolação térmica, instalação de placas solares, teste de hermeticidade e divulgação de tratamentos de saúde menos custosos, seja referente ao âmbito profissional, como o redirecionamento de clientes via *Internet* e ferramentas de *marketing* para o setor empresarial. Como as propostas em francês envolvem a diminuição de gastos, no caso dos particulares, e o aumento dos rendimentos, em relação aos profissionais, os proveitos parecem ser mais concretos e imediatos, ainda que um investimento inicial seja necessário.

A propósito, o modo pelo qual os operadores vinculam, ou não, sua ação a uma atividade com fins transacionais contribui, possivelmente, com a configuração desse resultado: em português, o teor comercial e transacional da operação de televendas é abertamente explicitado pelos operadores - fala-se, já no primeiro contato, de valores, descontos, formas de pagamento, etc. - ao passo que em francês procura-se, via de regra, encobrir a verdadeira motivação da ligação, ao ponto de não ser possível encontrar nenhuma ocorrência de palavras como pagamento, investimento, cartão de crédito, empregadas, com frequência, em português. Com efeito, opta-se, ao contrário, pelo uso de termos e expressões que enfatizam a ideia de gratuidade[128]. A única ocorrência da palavra *somme* (soma, quantia) presente no *corpus* francês pertence ao sintagma *somme dérisoire* (quantia irrisória), no qual o determinante vem reforçado pelo advérbio intensificador *totalement* (totalmente), ou seja, tenta-se persuadir o cliente de que, se comparada aos ganhos, a contribuição financeira torna-se totalmente irrelevante.

Todavia, o objetivo de todas as ligações, sem exceção, é a concretização de uma operação transacional, a venda de um produto ou serviço. Ainda que, em grande parte dos casos, sejam propostas, em um primeiro momento, avaliações ou informações gratuitas, a intenção é atrair, estrategicamente, o cliente para a ação comercial. Importa ainda destacar que, embora haja questões jurídicas que intervenham, diretamente, no formato das ligações de televendas no Brasil e na França, o que leva, de certa forma, as empresas francesas a desenvolverem uma

---

[128] *C'est totalement gratuit et sans engagement ; sans aucun frais ; on passe gratuitement ; c'est tout à fait gratuit, ça vous engage à rien ; c'est une intervention qui est gratuite, etc.*

abordagem predominantemente presencial, como já discutido anteriormente, a questão da gratuidade dos serviços é, de qualquer forma, falaciosa.

Observando, mais uma vez, a Tabela 1 (supra), um outro elemento atrai a nossa atenção: a porcentagem de interações inconclusivas em português, 76,5%, contra 30% em francês. Embora, nesses casos, o desfecho da ligação esteja, formalmente, em aberto, do ponto de vista interacional e lógico, presume-se que, a probabilidade de haver um novo contato, sobretudo se couber ao cliente retornar a ligação, é ínfima. Por essa razão, para garantir a efetivação do segundo contato, o operador sempre procura, nesses casos, colocar-se na posição de agente; é o que se pode verificar em 72,7% das interações em português e em 62,5% em francês.

As justificativas mais comuns apresentadas pelo cliente para protelar a decisão, em português e em francês, por ordem de importância, são:

Tabela 2: Justificativas – desfecho inconclusivo em português e francês

PORTUGUÊS	FRANCÊS
Consulta a terceiro (45,4%)	Falta de tempo (44,5%)
Falta de documentos (27,3%)	Consulta a terceiro (22,2%)
Falta de tempo (18,3%)	Falta de disponibilidade imediata (22,2%)
Análise de outras propostas (9%)	Falta de documentos (11,1%)

Embora essas ligações de televendas apresentem especificidades no que tange às suas configurações no Brasil e na França, percebe-se uma evidente aproximação em termos de referenciais culturais em ambas as culturas no que se refere à apresentação de justificativas para encerrar, estrategicamente, uma ligação de televendas sem engajar-se e, ao mesmo tempo, sem atacar, diretamente, a face do interlocutor. Como grande parte das interações dessa categoria, em português, realiza-se com particulares e, em francês, com profissionais, há uma certa flutuação relativa ao número de ocorrências de cada justificativa, por exemplo: a consulta a terceiro, alegação mais recorrente em português, encontra-se em segunda posição em francês, ao passo que a falta de tempo, que ocupa a primeira posição em francês, surge como o terceiro motivo mais comum em português.

Ainda, o fato de 76,5% das interações em português apresentarem um desfecho inconclusivo pode ser revelador de aspectos referentes ao *ethos* comunicativo dos brasileiros. Ao mesmo tempo em que não houve nenhum desfecho

favorável, aproximadamente 2/3 dos interlocutores optaram por uma solução paliativa em vez de expressarem, claramente, o seu desinteresse pela proposta do operador. Esses números podem, talvez, ser reflexo do tipo de abordagem empregada pelo operador de televendas que procura, estrategicamente, construir uma relação de familiaridade com o cliente no intuito de levá-lo a aceitar, mais facilmente, as suas propostas. Nesse sentido, quanto maior for a proximidade entre operador e cliente, maior será o desafio de posicionar-se contra as propostas apresentadas. Dessa forma, a fim de atenuar a ameaça que uma recusa provocaria à face do operador, verifica-se, amplamente, nas interações em português, uma preferência do cliente por postergar a decisão, solução paliativa que atenderia, eficazmente, à sua dupla intenção: não afrontar a face do operador e, concomitantemente, não aceitar a sua proposta. Talvez o fato de a totalidade das interações em língua portuguesa pertencentes a essa categoria terem sido, harmoniosamente, encerradas possa ser uma evidência do êxito dessa escolha, culturalmente aceita, portanto.

Aparentemente, sempre dentro dos limites do nosso *corpus*, os brasileiros preferem não assumir uma posição de oposição perante o interlocutor, haja vista que 76,5% das interações apresentam um desfecho inconclusivo contra 23,5% negativos.

Nessa perspectiva, em francês, observa-se um fenômeno inverso: 30% dos encerramentos estão em suspenso enquanto 40% obtiveram um desfecho negativo, categoria, por sinal, mais recorrente em língua francesa. Assim sendo, é possível afirmar que os franceses revelam um posicionamento pautado, preferencialmente, na assertividade, priorizando, antes de tudo, seus interesses pessoais, afinal, segundo seu ponto de vista, trata-se de uma relação profissional, o que torna a recusa ou a aceitação parte inerente desse jogo interacional que se estabelece por meio de uma negociação. Nesse sentido, aceitar, recusar ou adiar uma decisão é algo previsto nesse tipo de interação e não representa, *a priori*, um conflito de ordem pessoal em âmbito francês. Talvez, por essa razão, verifica-se uma maior invariabilidade nos percentuais dos desfechos franceses (30%, 40%, 30%) do que nos brasileiros (0%, 23,5%, 76,5%).

Os desfechos negativos apresentam a menor desproporção nos *corpora* em português e em francês, 23,5% no primeiro caso, e 40% no segundo. Contudo, embora os clientes de ambas as culturas tenham assumido uma posição de

oposição frente aos propósitos do operador, o modo pelo qual a refutação apresenta-se, mais contundente ou mitigado, vai ao encontro das apreciações há pouco explicitadas.

Se considerarmos (cf. Tabela infra) as motivações mais recorrentes sobre as quais se fundamentam os desfechos negativos verifica-se, mais uma vez, uma consonância entre as duas culturas em termos de conteúdo, ainda que os objetos negociados nas interações sejam de natureza diversa. Vale lembrar que a mesma compatibilidade apresentou-se nas justificativas das ligações em suspenso.

Tabela 3: Motivações - desfecho negativo em português e francês

PORTUGUÊS	FRANCÊS
Falta de interesse (33,3%)	Falta de interesse (41,7%)
Questões financeiras (33,3%)	Questões financeiras (16,7%)
Falta de tempo (33,3%)	Inadequação de critérios (16,7%)
	Necessidade de consulta a terceiro (8,3%)
	Problemas de saúde na família (8,3%)
	Problemas de ordem interacional (8,3%)

Porém, no plano interacional, nota-se algumas particularidades relativas à manifestação de objeções nas culturas sob análise, atividade discursiva não marcada nesse contexto. Em situações de refutação, que envolvem, portanto, conflitos de interesses, não é raro o surgimento de passagens conflituosas.

Não é o que ocorre, no entanto, nas ligações em português. Apesar da presença de dissensos e negociações, as interações não se encerram de modo conturbado. Há uma única ligação que poderia denotar uma situação conflituosa, pois a comunicação é cortada durante o turno de fala do operador, o que seria um gravíssimo ataque à sua face se fosse feito de modo intencional. Todavia, não há, aparentemente, motivos que levariam o cliente a desligar abruptamente o telefone, pois, embora o operador estivesse sendo insistente, não havia uma atmosfera de conflito entre os interlocutores. Entende-se que se tratou, antes, de um problema de ordem técnica. Isso posto, o fato de os interagentes brasileiros evitarem o confronto direto, mesmo em contexto de desacordo, nos faz considerar a existência de uma supremacia do âmbito relacional sobre o informacional.

Já, em francês, em que o cunho puramente profissional da relação é considerado, prezando-se, consequentemente, pela assertividade discursiva, há a

presença de conflitos em 58,3% dos desfechos. Ademais, em duas interações o cliente encerra, claramente, a ligação sem o consentimento do operador, o que representa um grande ataque à sua face.

Desse modo, de acordo com os nossos dados, em português, durante o processo de co-construção dos desfechos das interações, os interagentes adotam um comportamento discursivo que visa, preferencialmente, a não colocar as faces envolvidas na interação em risco, pois a relação é, antes de tudo, humana. No que tange ao *corpus* em francês, a interação ganha ares de impessoalidade, uma vez que operador e cliente estão unidos por uma relação estritamente técnica. Assim, nesse caso, o âmbito profissional sobrepõe-se ao humano. Apesar dessas variações referentes ao plano interacional, sobretudo no que concerne ao trabalho de faces, percebe-se que, nesse contexto, em termos de conteúdo proposicional, brasileiros e franceses compartilham vários referenciais, haja vista as similitudes encontradas nas justificativas das ligações de televendas inconclusivas e negativas.

Discutidas algumas singularidades e apresentadas similitudes e disparidades a respeito das categorias de ligações telefônicas estabelecidas com base em seu desfecho - positivo, negativo e inconclusivo - a partir das quais se procederá à análise descritiva e comparativa que propõe este estudo, nos debruçaremos, a seguir, sobre a investigação das sequências de abertura dessas interações com o propósito de compreender o modo pelo qual o operador desconstrói o dissenso preliminar inerente às ligações de televendas no Brasil e na França pelo intermédio da observação das estratégias discursivas e interacionais mobilizadas pelo regente e criador desse evento comunicativo.

II. A sequência de abertura

Embora tenhamos dado início às nossas observações abordando o desfecho das ligações de televendas para, como justificamos há pouco, estabelecer nossas categorias de análise, a etapa fundamental para o estabelecimento das interações é a sequência de abertura, sobretudo no caso das chamadas telefônicas, pois, como o canal visual é inexistente nessa situação de comunicação, os interagentes são privados do acesso a referenciais interacionais significativos, como gestos, mímicas, olhares, posturas, o que faz com que a comunicação estabeleça-se, quase que

exclusivamente, pelo recurso a formas linguísticas. A ausência desses elementos pode aumentar a probabilidade de ocorrência de conflitos que não se produziriam em situação face à face. Em termos de relação interpessoal, as ligações telefônicas representam, ainda, uma invasão ao território daquele que é solicitado.

Quanto às ligações de televendas, a situação torna-se ainda mais delicada, pois, além de todos esses fatores, o interlocutor é transformado, mediante a ação de um outro, em cliente potencial, via de regra, sem o seu consentimento, e descobre-se envolvido em uma interação comercial que implica, portanto, uma relação de forças, uma vez que há um conflito de interesses: o operador deseja iniciar uma interação de cunho transacional da qual o cliente pretende desvencilhar-se.

4.2. Como engajar o cliente potencial na ligação de televendas?

Segundo a revista brasileira Época Negócios, em artigo publicado em 04 de agosto de 2017 intitulado *Saiba como evitar as ligações de telemarketing*, “a grande reclamação dos consumidores é que as empresas invadem sua privacidade e causam incômodo ao ligar para tratar de ofertas telefônicas, aquisição de produtos ou serviços - sem solicitação prévia. A prática leva muita gente a se sentir desrespeitada”. Na França, a representação que envolve as operações de televendas é, igualmente, negativa, a julgar pela quantidade de ferramentas[129] *on-line* colocadas à disposição do consumidor para bloquear chamadas dessa natureza.

Isso posto, para que uma interação de televendas realize-se, o operador deve superar uma série de barreiras que se encontram, em partes, definidas antes mesmo do princípio da interação. Consciente dessas dificuldades, as empresas do setor empenham-se em desenvolver recursos para auxiliar seus colaboradores a atingir seu objetivo do modo mais efetivo e breve possível, como formações específicas para cada campanha, *script*, argumentário, entre outros.

Dado que o êxito da sequência de abertura é condição essencial para a realização da interação, discutiremos a respeito de como o operador desconstrói toda essa conjuntura adversa e procura engajar o interlocutor em uma operação de

[129] Uma pesquisa efetuada *on-line* com as palavras-chave *bloquer démarchage téléphonique France* gerou, aproximadamente, 3 milhões de resultados.

televendas no Brasil e na França. As indagações subsequentes norteiam, inicialmente, nossa análise: Quais estratégias são mobilizadas pelo operador na sequência de abertura para engajar o cliente na interação em âmbito brasileiro e francês? Há similitudes e/ou disparidades entre elas? Caso haja descompassos, que tipos de procedimentos, ou negociações conversacionais, são mobilizados até o restabelecimento do equilíbrio interacional? Ao se considerar a relação de lugares que envolve os interlocutores na sequência de abertura, que modalidades de negociação constroem-se nesse ponto da interação?

A sequência de abertura inicia-se no instante em que o telefone é atendido e encerra-se a partir do momento em que, após a explicitação da identificação do operador e da empresa e, ainda, do motivo da ligação, o possível cliente dá continuidade ao processo comunicativo respondendo a perguntas efetuadas pelo operador. Ainda que os limites adotados para a delimitação das interações em sequências sejam variáveis, dado que sua organização interna pode moldar-se em função do tipo de interação e de situação interativa, nível de conhecimento dos participantes, frequência de seus encontros, natureza de sua relação interpessoal, etc., sobretudo se forem consideradas diferentes culturas, a presença de rituais específicos empregados na abertura das interações, de atividades discursivas recorrentes, bem como de entonações, pausas, etc., orientaram-nos no momento de realizar a delimitação.

Considerando os obstáculos que repousam sobre a sequência de abertura, acreditamos que toda a sua estrutura organizacional seja estrategicamente sistematizada a fim de engajar o cliente na interação. Desse modo, nos dedicaremos a examiná-la a partir dessa perspectiva no intuito de revelar, em um segundo momento, as estratégias que merecem destaque de acordo com sua relevância no processo de captação do cliente.

Trataremos, assim, dos seguintes pontos: a abertura da sequência, as estratégias de incursão, as modalidades de negociação e as possíveis correlações entre as sequências de abertura e os desfechos das interações.

4.2.1. A abertura da sequência

Trata-se da primeira etapa da ligação de televendas, na qual o contato com o interlocutor-alvo é estabelecido. Verifica-se, já no início da interação, que a questão da eficiência nessa situação de comunicação apresenta-se, seja em âmbito brasileiro ou francês, como uma verdadeira meta a ser atingida pelos operadores dadas as restrições de ordem temporal, que intervém tanto na esfera interacional, pois os clientes reagem de forma mais receptiva quando têm a impressão de que a ligação não se delongará e, ainda, no âmbito prático, posto que os profissionais devem cumprir, em geral, um número específico de chamadas por hora ou por dia. Assim, quanto menor a quantidade de tempo investido na interação, mais eficaz será ela considerada.

- a abertura do canal e as saudações

Ao discutir as regras de distribuição de turnos em ligações telefônicas, Schegloff (1968, p. 1076) declara que "a primeira regra da conversa telefônica que pode ser chamada de 'regra de distribuição para os primeiros enunciados' é: o respondente fala primeiro. […], é aquele que pega o telefone tocando que fala[130]". Todavia, ainda que a primeira intervenção verbal seja realizada, normalmente, pelo participante requisitado, segundo o autor, a interação iniciativa, no caso dessa situação de comunicação, é de natureza não-verbal, ou seja, inicia-se pelo toque do telefone.

Trata-se, pois, de um exemplo de troca discursiva imbricada, o qual Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 244), em consonância com o autor, define da seguinte forma: "há duas trocas completas, mas as quatro unidades funcionais (caso em que ambas [as trocas] são binárias) são realizadas por apenas três unidades formais, sendo a unidade mediana funcionalmente bivalente[131]", isto é, a primeira troca se constituiria pelo toque do telefone e pelo fático *alô,* que, segundo a autora, possui uma dupla

---

[130] "a first rule of telephone conversation wich might be called a 'distribution rule for first utterances', is: the answerer speaks first. […] it is the one who picks up the ringing phone who speaks it."

[131] "il y a bien deux échanges complets, mais les quatre unités fonctionnelles (dans le cas où ils sont tous deux binaires) sont réalisées par trois unités formelles seulement, l'unité médiane étant fonctionnellement bivalente [...]."

função: indicar a abertura do canal e, ainda, solicitar a identificação do solicitante. Nesse sentido, o termo *alô*, bivalente, completaria o primeiro par adjacente e introduziria um novo, complementado, por sua vez, pela apresentação de quem telefona.

Desse modo, a organização sequencial inicial das ligações telefônicas, conforme o exemplo apresentado por Kerbrat-Orecchioni (ibid., p. 244) à luz de Schegloff (1968), respeitaria a seguinte estrutura:

Tabela 4: A organização sequencial das ligações telefônicas

- Toque do telefone	(a): *summon* (chamamento ou convocação)
- Alô?	(a'b): resposta + pergunta
- Alô, Maria, oi, sou eu	(b'): resposta

Assim, enquanto pergunta, o primeiro *alô?* significaria *Quem está falando*?, o que provocaria a resposta *alô, Maria, oi, sou eu*, ou seja, solicitaria a identificação do requisitado. Em nossos dados, no entanto, deparamo-nos com algumas particularidades que fogem a essa configuração. Por uma questão de organização textual, as discutiremos em breve.

Retomando, assim, a regra de distribuição de turnos proposta por Schegloff (1968), verifica-se que as interações em português obedecem, majoritariamente, a esse padrão, dado que, em somente 11% das ligações, nas quais o desfecho foi, por sinal, negativo, o operador iniciou o turno conversacional motivado por um silêncio prolongado da parte do interlocutor. Em francês, observa-se o mesmo fenômeno, mas de forma mais acentuada: em 26,7% das interações, o operador assegura a abertura e em 87,7% desses casos é, igualmente, o silêncio interpretado como excessivo que o leva a iniciar o turno. Em 62,5% dessas ocorrências em língua francesa, as pessoas solicitadas são idosas. Esse silêncio, considerado demasiado, pode ser decorrente, portanto, de uma leitura inexata realizada pelo operador que, impossibilitado de explorar os referenciais visuais, avaliou a suposta morosidade do solicitado como um ruído na comunicação, o que provocou sua antecipação; ou ainda, o silêncio pode, de antemão, sinalizar a presença de uma falta de cooperação por parte do cliente, posto que em nenhum desses casos o desfecho foi positivo (50% inconclusivo e 50% negativo), assim como em português (100% negativo).

No entanto, como já mencionado, na maioria das ligações, é o solicitado quem fala primeiro ao telefone, tanto em contexto brasileiro quanto em francês. No *corpus* em português, o cliente emprega, em geral, o termo *alô*, do qual a função é, antes de tudo, fática, para responder ao chamado telefônico. O operador, por sua vez, completa a troca comunicativa de diferentes formas, o que leva à constituição, via de regra, das seguintes organizações estruturais: pares adjacentes simétricos binários, esquemas ternários (respectivamente, 01 e 02) e, ainda, trocas discursivas truncadas (03), as mais recorrentes em português (55% dos casos). Nesse sentido, a troca comunicativa de abertura mais comum nos dados em português constitui-se pelo fático *alô,* complementado por uma intervenção de saudação.

(01) Diálogo 08

1018 CLE **alô?**
1019 OPA **alô**... por favor... X ((nome da cliente))?

(02) Diálogo 12

1683 PTE **alô::?**
1684 OP **alô... boa TAR::de...**
1685 PTE **boa tar::de...**

(03) Diálogo 03

0221 CLE **alô?**
0222 OPA **boa TARde...** eu gostaria de falar com a X ((nome da cliente))?
0223 CLE é ela...

O truncamento, ou seja, a ausência de um componente geralmente esperado, como a resposta a uma saudação (*-boa tarde; -boa tarde*), no contexto das ligações telefônicas em português, parece ser a norma. É evidente que a operadora não espera uma resposta reativa à saudação, pois o seu fluxo discursivo é linear, não havendo, pois, a presença de pausa ou silêncio que denotariam uma possível expectativa de resposta.

Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 255), a respeito da noção de truncamento, declara que "deixar sem resposta uma saudação isolada, uma pergunta, uma ordem e, às vezes, até uma afirmação, é tornar-se culpado por uma clara violação das regras da conversação[132]". Todavia, esclarece que estudos referentes às interações

[132] "laisser sans réponse une salutation isolée, une question, une sommation, et même parfois une assertion, c'est se rendre coupable d'une violation manifeste des règles de la conversation."

de trabalho demonstram que saudações e agradecimentos são, em grande parte dos casos, produzidos somente pelo profissional, sem recíproca, portanto, da parte do cliente, fato que se pode observar em nossos dados, em que a dissimetria dos comportamentos parece ser a norma, uma vez que, em geral, cabe ao operador saudar o cliente, do qual a resposta não é, obrigatoriamente, esperada. Divergências interacionais podem se produzir quando os interagentes possuem diferentes percepções a respeito da norma, o que parece não ser o caso nessa situação de comunicação em contexto brasileiro, uma vez que esse fenômeno é, ao que tudo indica, bem aceito pelos interlocutores.

Além disso, o fato de o cliente não responder, obrigatoriamente, às saudações do operador sinaliza a presença de uma relação hierárquica entre os participantes, pois, sobretudo no início da interação, encontra-se em posição alta, posto que cabe a ele autorizar ou não a entrada do operador em seu território.

De qualquer forma, o primeiro turno conversacional produzido pelos operadores brasileiros inicia-se pela estrutura *alô/oi + boa tarde (bom dia)*[133], a qual apresenta uma variação acentuada nas saudações enunciadas que, como vimos, são, via de regra, de natureza truncada.

Já, em francês, estruturalmente falando, há uma maior pluralidade de intervenções de abertura, uma vez que foram encontrados 9 tipos diferentes. Dentre eles, as formas mais recorrentes empregadas pelos clientes são *allô* (34,8% dos casos), *X ((nome de uma empresa))... bonjour* (17,4% das ocorrências) e *oui... allô* (13% das ocorrências). Tanto particulares quanto profissionais apresentam como enunciados preferidos o termo *allô* para dar início à ligação telefônica, ainda que haja um número considerável de ocorrências de *X ((nome da empresa)) bonjour* na segunda circunstância. As interações em que as intervenções iniciativas foram efetuadas pelos operadores (23,3% dos casos) apresentam maior linearidade, uma vez que são, em geral, introduzidas pelo fático *allô* (66,7% das ocorrências) ou, ainda, *oui allô* (33,3% do casos).

A segunda intervenção, seja ela produzida pelo operador seja pelo cliente, apresenta, igualmente, grande variação no *corpus* de língua francesa, dado que foram encontrados 20 enunciados distintos. Dentre eles, quatro formulações merecem destaque: (1) 16,7% dos enunciadores optaram por *allô*, (2) 10% por *oui*

[133] Coincidentemente, como grande parte das ligações ocorreu a partir das 12h, há uma maior incidência da intervenção ritual *boa tarde* no *corpus* em português.

bonjour, (3) 6,7% empregaram *oui allô* e outros (4) 6,7%, *oui bonjour monsiEUr... bonjour... c'est:: X ((primeiro nome do operador)) monsieur... de la société X ((nome da empresa)).* Os casos (1) e (3) são formulações empregadas, em geral, com/por particulares, e os (2) e (4), com profissionais.

Assim como em português, em francês houve a ocorrência de diferentes organizações estruturais na abertura da sequência, porém, com maior número de variações. Além das trocas simétricas binárias (04) e ternárias (05) houve, ainda, a ocorrência de trocas estendidas (06), entre outras.

(04) Diálogo 06

0820 CL **allô::?**
0821 OPA **aLLÔ...**
0822 CL **oui..**.
0823 OPA **oui..**. bonjour monsieur X ((nom du client))?

(05) Diálogo 15

1828 CL **oul::** ?
1829 OPA **oul... bonjour**...
1830 CL **bonJOUr...**

(06) Diálogo 16

1934 CL allô ?
1935 OP **oui**::... **bonjour... bonjour** monsieur...
1936 CL **oui bonjour**...
1937 OP [euh::... **oui:: bonjour**... c'est bien l'entreprise de menuiserie euh:: X
1938 ((nom de l'entreprise))... c'est ça ?

O truncamento, ou seja, a ausência de um componente esperado, configura-se, igualmente, como o evento mais comum em francês:

(07) Diálogo 18

2140 CL **A::llô ?**
2141 OPA **a/ oui::... bonjour...**
2142 CL **oui oui...**
2143 OPA [c'est la société X ((nom de l'entreprise))... c'est:: pour le gérant... s'il
2144 vous PLAÎt ?

Diferentemente do que ocorre em português, não há variação na saudação enunciada, uma vez que *bonjour* é exclusivamente utilizada - como se sabe, a língua

francesa oferece um banco de reservas paradigmáticas, nesse contexto, menos diversificado se comparada ao português.

Os operadores saúdam o interlocutor antes de identificá-lo, como manda o ritual. Porém, há casos, em francês, em que há uma reincidência dos enunciados de saudação, que se produzem na interação em momentos diversos, anteposto à identificação do interlocutor e posposto, como em (08):

(08) Diálogo 09

1128	CLE	bonJOUr...
1129	OPA	**oui::... bonjour maDAme**... société X ((nom de l'entreprise))... X ((nom et
1130		prénom de la téléopératrice))... euh je CHERche à joindre la personne en
1131		CHARge des factures de l'électricité s'il vous plaît...
1132	CLE	oui c'est MOI...
1133	OPA	**oui:::... bonjour madame**... voilà je me permets de vous contacter car
1134		nous sommes courtiers en énergie... donc c'est la société X ((nom de
1135		l'entreprise))... et nous faisons des comparatifs en partenariat avec Engie...
1136		Totale... Direct Énergie... et d'autres [...]

Observa-se que, após a identificação do interlocutor final, o operador o saúda novamente, como se os primeiros enunciados de saudação fossem somente rituais e os segundos, ainda que sejam empregadas exatamente as mesmas formas, fizessem realmente sentido, afinal, o operador dirige-se, a partir desse momento, a um interlocutor efetivamente identificado. Além disso, a segunda saudação poder ser um facilitador cognitivo, pois permite ao operador abordar todas as sequências internalizadas ao retomar a interação de seu início.

A reiteração de saudações[134] se produz mais raramente em português. Além disso, ocorre de modo diverso, uma vez que há alternância de sua forma (emprega-se a saudação *oi*, e não mais *boa tarde* ou *bom dia*).

(09) Diálogo 07

0885	CL	alô?
0886	OPA	**O::i... bom DI::a...** eu falo com X ((nome do cliente))?
0887	CL	isso...
0888	OPA	**oi X ((nome do cliente**))... tudo BEm? aqui quem fala é a X ((nome e
0889		sobrenome da operadora)) eu sou da X ((nome da empresa)) né::? éh:::...
0890		representante do curso de inglês do X ((nome da empresa parceira)) [...]

[134] A reiteração de saudações está sempre ligada, em português, a um vocativo e antecede, na quase totalidade dos casos, a pergunta ritual *tudo bem?* O Diálogo 17 é a única exceção a essa regra (*oi::: X ((nome da cliente))... boa tar::de*).

Ao se observar (09) à luz de Schegloff (1968) e Kerbrat-Orecchioni (1990) no que se refere à organização sequencial das ligações telefônicas, tópico há pouco referenciado (cf. Tabela 4), verifica-se na resposta ao termo *alô?* que, no entendimento da autora, significaria *quem está falando*?, certa disparidade em relação ao encadeamento discursivo preferido, pois, a resposta esperada traria informações sobre a identidade do solicitador (*Alô, Maria, oi, sou eu*), o que não ocorre nos dados em português, pois, ao analisarmos as intervenções reativas dos operadores, nota-se que não há nenhuma resposta compatível com a pergunta *quem está falando?,* ou seja, a identificação do solicitador da ligação não se produz nesse momento. Ao contrário, há a especificação do interlocutor-alvo da ligação (*eu falo com X ((nome do cliente))?).* Nas interlocuções brasileiras sob análise, *alô?* indica, portanto, somente a abertura do canal de comunicação.

Em francês, esse termo leva a duas situações distintas: (1) à produção de uma pergunta destinada à identificação do interlocutor-alvo, como ocorre em português; (2) à apresentação do operador, o que vai ao encontro da proposta de Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 244)[135]. Assim, em 50% das ligações francesas, as quais ocorrem, em sua maioria, com particulares (64,3% dos casos), há a convocação do interlocutor-alvo, como em (10), ao passo que nos outros 50%, que se realizam, predominantemente, com profissionais (85,7% das ocorrências), o termo *allô* leva à apresentação do operador, como em (11).

(10) Diálogo 05

0208	CL	**A::llô ? oui...**
0209	OPA	oui::... bonjour... **monsieur X ((nom du client)) ?**
0210	CL	bonjour... oui::...

(11) Diálogo 28

3714	CL	**allô::?**
3715	OPA	oui bonjour monsieur... **X ((nom de la téléopératrice))** de la société ((nom
3716		de l'entreprise**))** est-ce que j'pourrais m'adresser au gérant s'il vous plaît ?
3717	CL	oui... c'est moi...

No *corpus* em português, seja com profissionais ou particulares, essa variação não se produz.

[135] (a) indicativo de canal aberto + (b) *Quem está falando?*

- a abordagem dos clientes identificados (*summons)*

Aberto o canal e efetuadas as saudações, os operadores, em geral, encerram seu turno de fala por uma pergunta, nomeada por Schegloff (1968, p. 1080) de *summons*, que se configura como um chamamento, ou convocação, nesse caso, direcionado, especificamente, ao interlocutor, identificado por seu nome e/ou sobrenome, a depender da língua.

A pergunta aliada ao nome do cliente constitui-se como uma verdadeira ferramenta utilizada pelos operadores para levá-lo a desenvolver uma posição colaborativa, afinal, segundo as regras interacionais e sociais, devemos responder às perguntas que nos são efetuadas, ainda mais, ao sermos nominalmente requisitados[136]. A esse respeito, Schegloff (1968, p. 1091) afirma que "[...] os *summons* é uma maneira particularmente poderosa de gerar uma interação conversacional. Vimos que requer, fortemente, que uma resposta seja devolvida[137]".

Com efeito, tem-se a impressão de que o operador, estrategicamente preparado para engajar o cliente na interlocução, encadeia voluntariamente saudação e pergunta a fim de diminuir a probabilidade de objeção que uma pausa ou silêncio poderiam suscitar. Essa articulação direta tem, portanto, um duplo propósito: solicitar, especificamente, o interlocutor-alvo, bem como, garantir a consecução da interação, pois toda pergunta exige, automaticamente, uma resposta.

Assim, em (10) (cf. supra), por exemplo, o operador, logo após a saudação, engaja diretamente o cliente no discurso solicitando-o, nominalmente, mediante o uso da forma de tratamento *Monsieur* (senhor) combinado com seu sobrenome (oui::... bonjour... *monsieur X ((nom du client))* ?). O *summon* está presente em 43,3% das ligações francesas as quais, normalmente, ocorrem com particulares.

Já, em (11) (cf. supra), ocorre outro tipo de encadeamento: o termo *allô?* é logo seguido pela apresentação da operadora (oui bonjour monsieur... *X ((nom de la téléopératrice))* de la société ((nom de l'entreprise)). Como, nesse caso, o cliente não foi previamente identificado, a operadora, no intuito de engajá-lo na interação,

---

[136] Embora os operadores franceses façam uso, igualmente, dessa estratégia, ela é massivamente empregada em contexto brasileiro, com exceção do Diálogo 10, visto que as interlocutoras já haviam interagido anteriormente.

[137] "[…] the summons is a particularly powerful way of generating a conversational interaction. We have seen that it requires, in a strong way, that an answer be returned to it."

cerca-se de maior cautela ao invadir seu território *(*est-ce que *j'pourrais* m'adresser au gérant *s'il vous plaît ?)* recorrendo, pois, a mecanismos de polidez. Desse modo, a eficiência dá lugar à precaução. Além disso, todas as ligações dessa natureza ocorrem em contexto profissional, exigindo, portanto, maior formalidade. Verifica-se, assim, o uso evidenciado de procedimentos de polidez nesse encadeamento, sobretudo da expressão *s'il vous plaît*, presente em 53,4% dos enunciados. De modo mais pontual, como se pode observar em (11) - linha 3716 - há, no *corpus* em francês, o emprego do verbo modalizador atenuador *pouvoir (j'pourrais)* e, ainda, de expressões atenuadoras de incursão como *excusez-moi* ou *excusez-moi de vous déranger,* como reproduzimos em (12):

(12) Diálogo 19

2248	CLE	allô::?
2249	OP	oui::... madame X ((nom de la cliente))... bonjour::...
2250	CLE	oui oui bonjour...
2251	OP	oui... **excusez-moi de vous déranger**... je me préSENte c'est X ((prénom
2252		et nom du téléopérateur)) euh:: c'est X ((nom de l'entreprise)) je vous
2253		aPPElle **rapideMENt::** madame X ((nom de la cliente))... c'était dans la
2254		perspecti::ve... euh:: de vous faire bénéficier d'une informatiOn [...]

A natureza invasiva das ligações de televendas é mais evidenciada em contexto francês, haja vista o enunciado *excusez-moi de vous déranger*, em que o operador enuncia, abertamente, o incômodo que causa sua ação, além de destacar, pelo intermédio do advérbio *rapidement* sua intenção de realizar a operação no menor tempo possível a fim de diminuir o impacto de sua intromissão.

Os operadores brasileiros empregam estratégias semelhantes para envolver o cliente na interlocução. Assim, após as saudações, que têm por objetivo construir uma relação favorável com o cliente, fazem uso, igualmente, de *summons*. Conscientes da ameaça que o ato de efetuar uma pergunta pode simbolizar para o território do cliente, no intuito de amenizar os efeitos da incursão, em 70% das perguntas de abertura efetuadas pelos operadores brasileiros, há o emprego de estratégias de polidez, como as expressões *por gentileza*, a mais recorrente, *por favor*, ou ainda, o uso do desatualizador verbal futuro do pretérito (*eu gostaria*), com frequência menos acentuada. Assim:

(13) Diálogo 06

0665 CL alô...
0666 OP o::i.. boa tarde... **por gentileza... X ((nome do cliente))?**

(14) Diálogo 08

1018 CLE alô?
1019 OPA alô... **por favor... X ((nome da cliente))?**

(15) Diálogo 03

0221 CLE alô?
0222 OPA boa TARde... **eu gostaria de falar com a X ((nome da cliente))?**

- a reação dos clientes

Além de levar o interlocutor a engajar-se no discurso, já que há uma pergunta a ser respondida, os *summons* fazem com que se dê uma resposta que tem, em geral, o caráter de uma nova pergunta, o que devolve, automaticamente, o turno ao requerente. O interlocutor, por sua vez, por ter feito a pergunta, assume a obrigação de ouvir a resposta, pois levou o outro a produzi-la (SCHEGLOFF, 1968, p. 1091).

Desse modo, no *corpus* em português, a pergunta efetuada pelo operador requisita, pois, um interlocutor previamente identificado, que pode reagir de duas formas: ora apresentando uma resposta declarativa, ocorrência mais comum (*sim... sou eu; é ela; sou eu mesmo; sim, é ela mesmo; isso mesmo; isso, pode falar*), ora com uma nova pergunta *(sim... quem é? quem TÁ falando? quem gostaRI::a?),* como se pode verificar, respectivamente, em:

(16) Diálogo 14

2037 OPA alô::?
2038 CLE oi... boa tarde...
2039 OPA boa tar::de... por favor **a X ((nome e sobrenome da cliente))?**
2040 CLE **sim... sou eu...**

(17) Diálogo 06

0665 CL alô?
0666 OP o::i.. boa tarde... por gentileza... **X ((nome do cliente))?**
0667 CL **sim... quem é?**

(18) Diálogo 02

0119 CLE alô::?
0120 OP oi... por gentileza... **a:::... X ((nome da cliente))?**

0121 CLE **quem TÁ falando?**

(19) Diálogo 04

0363 PTE alô? aLÔ?
0364 OPA boa TARde... eu gostaria de falar com **a X ((nome da cliente))?**
0365 PTE **quem gostaRI::a?**

Diferentes escalas de cooperação são evidenciadas nas reações desses interagentes: em (16), a cliente responde, prontamente, sem solicitar a identificação da operadora, o que denota uma abertura total (*sim... sou eu...* = "estou à disposição"); em (17), ocorre a confirmação, porém, seguida de uma solicitação de apresentação *(sim... quem é?* = "eu me identifiquei, agora, faça o mesmo"); já, em (18), o pedido de confirmação é ignorado e a atitude da cliente indica uma possível disputa na liderança da interação, uma vez que estabelece, de imediato, suas regras (*quem TÁ falando?* = "primeiramente, identifique-se"); em (19), há uma forma similar de atitude de cooperação que se realiza, no entanto, sob condições mais avançadas, pois, o prosseguimento da ligação está condicionado à apresentação da operadora, dado que não se trata da cliente solicitada, mas de uma participante (*quem gostaRI::a?* = "identifique-se, senão, não terá acesso ao interlocutor-alvo") .

A pergunta *Quem gostaria?* é, exclusivamente, empregada em nosso *corpus* por participantes intermediários[138], ou seja, que não são o alvo da interação, a fim de informar à pessoa requerida a identidade do solicitador da ligação telefônica. A apresentação do solicitador evidencia-se como uma informação importante, pois, na totalidade de nossos dados, ou o operador apresenta-se espontaneamente, ou sua identidade[139] é imediatamente solicitada, afinal, como os interagentes não têm acesso ao canal visual nessa situação de comunicação, a identificação do requerente torna-se algo imperativo. Assim, 23,5% dos clientes responderam ao *summon* com uma pergunta a fim de descobrir a identidade do operador, como em (17), (18) e (19), supracitados.

[138] Diálogos 04, 09 e 12. Embora no Diálogo 09 tenhamos, prontamente, nomeado a interlocutora de cliente, a destinatária-alvo da ligação seria sua filha, o que conferiria à mãe o status de participante intermediária. Todavia, como esta assume o papel de agente já no início da interlocução, consideramos mais adequado chamá-la de cliente desde o início.

[139] Em somente duas ocasiões, não houve identificação imediata dos operadores brasileiros: na primeira etapa da sequência de abertura do Diálogo 01, uma vez que a operadora interagiu com uma interlocutora intermediária - todavia, identificou-se, posteriormente, ao falar com o interlocutor-alvo – e no Diálogo 16.

Em contexto cultural francês, houve somente uma ocorrência de pergunta destinada a acessar a identidade do operador, pois, segundo a norma interacional, quem liga deve, obrigatoriamente, identificar-se.

(20) Diálogo 13

1934 CL allô ?
1935 OP oui::... bonjour... bonjour monsieur...
1936 CL oui bonjour...
1937 OP [euh::... oui:: bonjour... c'est bien l'entreprise de menuiserie euh:: X
1938 ((nom de l'entreprise))... c'est ça ?
1939 CL oui... c'est ça...
1940 OP d'accord... euh:: (...)
1941 CL **[vous êtes ?**

Essa atitude do cliente é, possivelmente, motivada pela lacuna existente entre os recursos informacionais aos quais tem acesso o operador, que possui informações a seu respeito, e o vazio que se coloca diante de si.

No tocante a essa disparidade informacional, Schegloff declara que

> enquanto o solicitador conhece tanto sua identidade quanto, normalmente, a de seu interlocutor pretendido (se uma pessoa específica ou uma organização está sendo chamada), o respondente, pelo menos na maioria dos casos, sabe apenas quem ele é e não, especificamente, quem é o solicitador (SCHEGLOFF, 1968, p. 1076-1077)[140].

Nessa perspectiva, ainda não consideramos, nesse ponto da interação, o cliente definitivamente engajado, pois, não lhe foi dado acesso a nenhuma informação referente ao solicitador nem às suas motivações.

No *corpus* em francês, os clientes respondem ao *summon* de modo mais regular. Na grande maioria dos casos, empregam o marcador de confirmação *oui* ou, pontualmente, algumas de suas variações (*oui oui*; *oui c'est moi*; *oui c'est ça c'est moi*; *oui bonjour*), como em (21) e (22):

(21) Diálogo 01

0001 OPA allô ?
0002 CLE oui... allô::...
0003 OPA **madame X ((nom de la cliente)) ?**
0004 CLE **oui::...**

[140] "while the caller knows both his own identity, and, typically, that of his intended interlocutor (whether a specific person or an organization is being phoned), the answerer, at least in most cases, knows only who he is and not specifically who the caller is."

(22) Diálogo 21

2466 CL a::llô ?
2467 OPA allô... oui:: bonjour... **je suis bien avec le géRANt ?**
2468 CL **oui::...**

-os clientes não-identificados

Em português, como vimos, todos os *summons* são direcionados a um interlocutor previamente identificado, ao passo que, em francês, há dois casos distintos: os identificados, como em (21) e os não-identificados, (22) (cf. supra).

No que se refere aos clientes não-identificados, que são, em geral, comerciantes, nota-se que, em (22), o operador faz somente referência à sua função, ao passo que em (23), não efetua nenhuma menção ao interlocutor-alvo, que será estrategicamente definido somente no corpo da interação, afinal, as chances de engajamento do cliente aumentam na medida em que o tempo passa. Como consequência, nesses casos, há uma espécie de integração da sequência de abertura e do corpo da ligação telefônica, pois, o operador efetua uma inversão de papéis e faz uma série de perguntas ao comerciante mostrando-se interessado em seus produtos ou serviços, como se fosse um possível cliente.

(23) Diálogo 22

2629 CLE oui allô::?
2630 OP ouI:: bonjour madame::... bonjour... euh c'est X ((prénom du
2631 téléopérateur)) madame... de la société euh X ((nom de l'entreprise))... en
2632 **fait j'étais en train de chercher une auto-école qui fait le permis B**
2633 **((raclement de gorge))... sur**
2634 CLE [oui::...
2635 OP **[X ((ville))...**
2636 CLE hm ?
2637 OP **qui fait aussi des facilités de paiements pour les candidats au cours**
2638 **de la formatiOn... et:: qui possède une infrastructure bien sûr à des**
2639 **normes et qui peut accepter de nouveaux candiDAts::...**

Há ainda, em francês, uma outra situação em que a identidade dos interlocutores não é relevada. Trata-se dos participantes intermediários[141], pois como o objetivo dos operadores é interagir com o interlocutor-final, sua identificação seria contra produtiva, como em (24):

[141] Esse evento manifestou-se nos Diálogos 08, 10, 13, e 23.

(24) Diálogo 23

2984 PT ((nom de l'entreprise)) bonjour...
2985 OPA oui... bonjour... je cherche à joindre le gérant s'il vous plaît... c'est madame
2986 X ((nom de la téléopératrice))...
2987 ne quittez pas... ((10''))

Em português, ocorre o mesmo processo, ou seja, não há, em alguns casos, identificação dos participantes[142] por não serem os interlocutores finais, como em (25):

(25) Diálogo 04

0363 PTE alô? aLÔ?
0364 OPA boa TARde... eu gostaria de falar com a X ((nome da cliente))?
0365 PTE quem gostaRI::a?
0366 OPA meu nome é X ((nome da operadora))... eu falo aqui da::: da X ((nome da
0367 empresa))...
0368 um momento...
0369 PTE briGAda...

Todavia, quando o interlocutor intermediário transforma-se em principal, o agente brasileiro faz questão de solicitar sua identificação a fim de estabelecer uma relação de proximidade e persuadi-lo.

(26) Diálogo 09

1161 CLE alô?
1162 OP Oi... boa tarde... por gentileza... **X ((nome da filha da cliente))?**
1163 CLE quem gostaRIa?
1164 OP eu sou X... ((nome do operador)) consultor acadêmico da X ((nome da
1165 empresa))...
1166 CLE a respeito do que::?
1167 OP é referente ao curso de inGLÊ::s... que eu tinha falado com ela
1168 anteriorMENte... aí de um CURso
1169 CLE [É/
1170 OP [que ela:: procurou pela interNE::t... fez o
1171 caDAS::tro...
1172 CLE éh:: mas quando ela falou para mim que é pela InterNEt... eu não quero
1173 NÃo... eu falei pra ela que:::( ) (...)
1174 OP [**ahn:::... com quem eu FA::lo?**
1175 CLE com a mãe DE::la...
1176 OP **qual o seu nome... por faVOR::?**
1177 CLE X ((nome da cliente))...

[142] Esse evento manifestou-se, em português, nos Diálogos 01, 04, 12 e 17. No Diálogo 10, como se trata do segundo contato e as interlocutoras reconhecem-se imediatamente, não há, igualmente, a presença de enunciados de identificação da cliente.

1178 OP **X ((nome da cliente))** eu sou o X ((nome do operador))... consultor
1179 acadêmico aqui da X ((nome da empresa))... POR que não é
1180 intereSSANte... **X ((nome da cliente))...** a/ E.A.D.?

Dado que em francês a retificação do interlocutor-alvo não se configura como recurso estratégico, o operador não requer essa informação, como verifica-se em (27):

(27) Diálogo 08

1018 OPA allô::?
1019 CL oui allô... X ((nom d'une entreprise))
1020 OPA ouI:: euh:::... **monsieur X ((nom du client)) ?**
1021 CL euh::... **son fils...**
1022 OPA bonjour **est-ce qu'y aurait monsieur ou madame X ((nom des**
1023 **clients))?**
1024 CL alors:: monsieur là il est avec un client... est-ce que je peux vous
1025 OPA [AH::
1026 CL [rensei-
1027 gner peut-être ?
1028 OPA alors... alors en FAIt je suis pré-filiale de X ((nom de l'entreprise)) à X
1029 ((ville))... et en fait j'appelle pour::... informer le propriétaire... **donc::: est-**
1030 **ce que vous êtes propriétaire ?**
1031 CL euh:::... oui...

Observamos, até esse momento, a primeira fase da abertura da sequência que envolve a abertura do canal de comunicação, as saudações, os *summons* e as reações dos clientes – que dizem respeito aos clientes previamente identificados – e, por fim, abordamos o caso dos interlocutores não-identificados. Segue, portanto, a próxima etapa, que remete à apresentação dos operadores, à apresentação das empresas, às perguntas de saudação bem como ao uso de intervenções avaliadoras.

- a apresentação dos operadores

Estabelecido o contato com o interlocutor-alvo, seja ele identificado ou não, o enunciado preferido que se produz, subsequentemente, na interação, tanto em português quanto em francês, é a apresentação dos operadores.

Os agentes brasileiros empregaram, de modo recorrente, a formulação *Meu nome é* ao apresentar-se[143]. Esses enunciados estão, em alguns casos, acompanhados por vocativos, ou ainda, por novas saudações (*oi, boa tarde*), no intuito de estabelecer uma relação de proximidade com o interlocutor. O fato de os operadores utilizarem somente seu nome próprio na apresentação vem ao encontro desse propósito. Aliás, o uso de nomes associados a sobrenomes, prática que denota uma maior formalidade e que contrasta, pois, com a construção da relação de familiaridade, ocorre em casos isolados[144].

Consideramos (28) o exemplo prototípico da apresentação dos operadores brasileiros:

(28) Diálogo 05

0475	CLE	aLÔ::?
0476	OPA	alô... por gentileza... X ((nome da cliente))?
0477	CLE	sou eu MESmo...
0478	OPA	**X ((nome da cliente)) meu nome é X ((nome da operadora))... eu sou**
0479		**consultora acadêmica da X ((nome da empresa))...** tudo BEm?

Observa-se que a operadora, para dirigir-se à cliente, faz uso, igualmente, do nome próprio da interlocutora, o que corrobora essa tentativa de aproximação.

A presença de vocativos é muito recorrente na sequência de abertura em português (31 ocorrências) e, em muitos casos, pode estender-se por toda a interação, pois promove uma impressão de intimidade entre os interlocutores, distanciando o discurso da esfera profissional e aproximando-o do âmbito pessoal. Nesse sentido, pode configurar-se como uma tática atenuante que visa a produzir uma familiaridade a fim de suprir uma possível ameaça à imagem do interlocutor; além disso, presentifica o cliente na situação de comunicação e capta sua atenção.

Nas interações em francês, as saudações de abertura e a identificação dos operadores estão, comumente, na mesma intervenção, haja vista que a realização da interação está, de certa forma, condicionada à apresentação do solicitador. Assim, os operadores não tardam a identificar-se.

---

[143] Foram identificadas, em geral, três formas distintas de apresentação no *corpus* em português : *meu nome é X*; *eu sou X* ; *é o/a X* e suas variações (*aqui é a X*, aqui quem fala é a X).

[144] Foram encontrados somente três eventos de uso de nome e sobrenome no *corpus* em português, dois deles ocorreram durante a apresentação de duas operadoras, e o outro, para identificação de uma cliente.

(29) Diálogo 4

0370 OPA allô ?
0371 CLE oui::...
0372 OPA **oui madame X ((nom de la cliente))** bonjour... **c'est**
0373 CLE [oui...
0374 OPA [**madame X ((nom de**
0375 **la téléopératrice)) à l'appareil** [...]

Ainda que em 90% das interações, os operadores franceses optaram por uma identificação pessoal, contra 94,1% dos brasileiros, encontramos, em ambos os *corpora*, as apresentações de caráter institucional[145], que consistem em identificar-se enquanto empresa e não como pessoa. A preferência por uma apresentação pessoal é, assim, evidente, mesmo em interações de cunho profissional. Configura-se, portanto, como uma forma de aproximação, de humanização, para criar um ambiente de maior conforto e evitar que a relação torne-se impessoal demais. A frequência muito próxima dessa prática em francês e em português comprova que é preciso humanizar quando se fala em nome de uma empresa.

Em geral, os operadores franceses utilizam a formulação *C'est Monsieur/Madame + sobrenome* (cf. 29 supra) ao apresentarem-se[146]. Porém, em 33,3% das interações, informam somente seu primeiro nome, o que pode ser um indicativo de uma desqualificação de si para se colocar em uma posição estatutária inferior, ou seja, realizam a apresentação, pois faz parte das normas conversacionais, mas o fazem de um modo incompleto, pela metade, admitindo, assim, uma posição secundária, periférica na interação, como em (30).

(30) Diálogo 6

0820 CL allô::?
0821 OPA aLLÔ...

---

[145] Evidencia-se esse evento, em francês, em D8 (*alors... alors en FAIt je suis pré-filiale de X ((nom de l'entreprise)*) à X ((ville)), D12 (*bonjour monsieur X ((nom du client))... société X ((nom de l'entreprise))...*) e D18 (*c'est la société X ((nom de l'entreprise))... c'est:: pour le gérant... s'il vous PLAÎt ?)* ; e, em português, em D17 (*éh:::... eu tô ligando aqui da X ((nome da empresa parceira))... referente um curso que a senhora fez há um tempo aTRÁs conosco LÁ:: no X ((nome da plataforma))... a senhora se reCORda?*). Em nenhum dos casos, a ausência de apresentação do operador causou instabilidade na interação, uma vez que o cliente não solicitou nenhuma informação a respeito da identidade do interlocutor.

[146] O uso da fórmula *nome próprio + sobrenome* é raro em francês, realizando-se somente em uma interlocução, D19 (*je me préSENte c'est X ((prénom et nom du téléopérateur*)). Há ainda dois eventos pontuais em que as operadoras apresentam-se informando, inversamente, seu sobrenome e nome próprio, em D9 e D30 (*maDA::me... X ((nom et prénom de la téléopératrice*)). Todavia, todas essas formas são consideradas como não-preferidas em francês.

0822 CL oui...
0823 OPA **oui... bonjour monsieur X ((nom du client))?**
0824 CL oui::...
0825 OPA [bonjour monsieur... **je suis X ((prénom de la téléopératrice))... de la**
0826 **société:: X ((nom de l'entreprise))** [...]

Tanto que o uso do primeiro nome, nos dados em francês, é somente observado em enunciados de autoapresentação, pois, para referir-se ao cliente, o tratamento que lhe é deferido é de natureza formal e respeita a seguinte configuração: *Monsieur/Madame* + *sobrenome* ou, simplesmente, *monsieur/madame*. Assim, nas interações em francês, os interagentes não excedem o âmbito profissional e, nesse sentido, evitam criar vínculos pessoais nessa situação de comunicação. A construção de uma relação de proximidade não se configura, até esse ponto, como recurso estratégico para implicar o cliente na interação, como ocorre em português. Desse modo, a presença de vocativos é menos expressiva na sequência de abertura francesa.

Os operadores, tanto em português quanto em francês, complementam sua apresentação especificando a função que ocupam no interior da empresa. Observe-se que, em (31), a operadora brasileira apresenta-se como *consultora acadêmica da X* ((nome da empresa)).

(31) Diálogo 11

1529 CLE alô?
1530 OPA alô... por favor... X ((nome da cliente))?
1531 CLE isso mes::mo...
1532 OPA oi X ((nome da cliente))... **meu nome é X ((nome da operadora))... eu**
1533 **sou consultora acadêmica** do X ((nome da empresa)) [...]

A profissional, em nenhum momento, identifica-se como operadora de televendas[147], assim como todos os outros atendentes que mencionaram a sua função nas interações em português, o que corresponde a 70% das ligações.

O termo *consultor(a)* foi, certamente, selecionado de modo estratégico no momento da concepção do *script* e possui uma função dupla: dissimular, inicialmente, o objetivo comercial da interação e legitimar a que título o operador entra em contato. Ao telefonar ao cliente, comete um FTA, ou seja, um ato ameaçador para a face do interlocutor, o qual é preciso atenuar por meio de

[147] Em D1, a operadora identificou-se como consultora educacional, uma variante de consultora acadêmica e em D07, como representante do curso de inglês.

procedimentos apropriados; nesse caso, o profissional opta por uma seleção vocabular que o resguarda, pois considera que, caso se identifique de outra forma, o cliente se sentiria mais ameaçado e se mostraria menos receptivo, o que poderia colocar em risco a interação. Trata-se, pois, de uma camuflagem, de um disfarce[148].

Observa-se o uso dessa mesma estratégia na apresentação[149] dos operadores em 23,3% dos dados em francês:

(32) Diálogo 01

0001	OPA	allô ?
0002	CLE	oui... allô::...
0003	OPA	madame X ((nom de la cliente)) ?
0004	CLE	ouI::...
0005	OPA	oui::... bonjour madame X ((nom de la cliente))... je suis X ((prénom de la
0006		téléopératrice)) **votre conseillère chez X ((nom de l'entreprise))...**

Desse modo, por meio da seleção lexical empregada, a operadora tenta desvincular-se de sua real atribuição a fim de aumentar a receptividade da cliente. Ainda, o uso do pronome possessivo *votre* empregado como determinante do substantivo *conseillère* pode transmitir a ideia de que já existe uma relação entre as interactantes ou, ainda, que a operadora está, exclusivamente, à disposição da cliente para auxiliá-la. A estratégia é invadir o outro estabelecendo com ele uma relação de pertencimento. Isso se faz impondo ao cliente uma forma de subserviência por meio de uma minimização da face do operador e da empresa. Trata-se de uma maneira quase fraudulenta de impor-se, apresentado-se com o perfil baixo, como se fosse um servo.

- a apresentação das empresas

Em geral, tanto em português quanto em francês, a apresentação do operador vem acompanhada pela identificação da empresa que representa, prática

[148] Lorenzo-Basson (2008, p. 220), relata uma estratégia similar em suas análises a respeito da venda em domicílio, em que um vendedor de enciclopédias finge fazer uma enquete, camuflando, assim, sua verdadeira atividade profissional e o real objetivo da interação, para diminuir a ameaça que representa a imagem de um vendedor que bate na porta de um desconhecido a fim de vender um produto oneroso, uma enciclopédia, e aumentar a probabilidade de sucesso de sua atividade.

[149] Em D1, D2 e D7, o operador identifica-se como *conseiller/conseillère*; em D6 e D18, *partenaires Google*; em D9 e D11, respectivamente, *courtiers en énergie* e *chargé du déploiement de l'accord-cadre*.

evidenciada em 66,7% das interações francesas e em 94,1% das brasileiras, conforme (33) e (34):

(33) Diálogo 13

1622 PTE garage X ((nom de l'entreprise cliente))... bonJOUr...
1623 OPA ouI::... bonjour madame... euh madame X ((nom de la téléopératrice)) **de**
1624 **la société X ((nom de l'entreprise))...**

(34) Diálogo 03

0221 CLE alô?
0222 OPA boa TARde... eu gostaria de falar com a X ((nome da cliente))?
0223 CLE é ela...
0224 OPA X ((nome da cliente))... meu nome é X ((nome da operadora)) **eu falo aqui**
0225 **da X ((nome da empresa))...** tudo BEM::?

- as perguntas de saudação (*greeting questions)*

Em (34) (cf. supra) percebe-se que, assim que a operadora conclui sua apresentação, efetua, prontamente uma nova pergunta (*tudo bem?)* a qual, além de exigir uma resposta, configura-se como uma estratégia para amenizar a tensão provocada pela interação e descontrair a atmosfera. Kerbrat-Orecchioni (1994, p. 52) classifica as chamadas saudações complementares em duas grandes categorias: (1) as perguntas de saudação (*greeting questions*), caso em que se enquadra *tudo bem?,* cujo status é intermediário entre uma pergunta e uma saudação, e as asserções de saudação (*greeting remarks*), como os comentários sobre o tempo, entre outros[150].

Em português, na quase totalidade das interações, houve o uso da *greeting question tudo bem?* (88,2% das ligações), ora empregada para finalizar o turno de fala do operador, logo após sua apresentação (60% dos casos), ora utilizada em uma intervenção independente[151] (26,7% dos casos) ou, ainda, localizada em posição inicial, anteposta à apresentação do operador (13,3% dos casos). Trata-se do encadeamento preferido produzido após a identificação do operador brasileiro, o que denota o desejo de estabelecer uma relação de proximidade com o cliente.

---

[150] (Cf. KERBRAT-ORECCHIONI, 1994, p. 52-55)

[151] Em todas as ocorrências da *greeting question tudo bem?* empregadas como intervenção independente, houve variantes: *Tudo bem contigo*? (D2, D12, D15) e *Oi X ((nome do cliente))... bom dia... tudo bem?* (D1).

O emprego de perguntas de saudação não é usual nessa situação de comunicação em francês, posto que não foi encontrada nenhuma ocorrência desse evento em nossos dados. Acreditamos que a reiteração da saudação discutida anteriormente (cf. 08, p. 133), em que o operador saúda a cliente antes e após sua identificação, seja uma espécie de substituição de uma possível *greeting question*. Como em francês, ambos os interactantes encontram-se, *a priori*, em um plano puramente profissional, não buscam, portanto, o estabelecimento de uma relação de familiaridade entre si. Nesse sentido, a produção de uma saudação complementar como *Comment allez-vous?* seria inadequado e absolutamente invasivo, nesse contexto, em língua francesa, uma vez que é empregado entre interagentes que, via de regra, já se conhecem.

Nos dados em português, o caráter intermediário da *greeting question tudo bem?*, entre uma pergunta e uma saudação, conforme discute Kerbrat-Orecchioni (1994), também pode ser evidenciado. Em (35) e (36), trata-se de uma pergunta, dado que as operadoras interrompem, nitidamente, seu turno de fala para que as clientes possam responder (*tudo bem*; *tudo jóia)*. Já, em (37), a *greeting question* é somente uma saudação ritual, uma vez que a operadora continua seu fluxo discursivo linearmente sem efetuar nenhuma pausa, o que demonstra não aguardar resposta alguma do interlocutor.

(35) Diálogo 03

0221	CLE	alô?
0222	OPA	boa TARde... eu gostaria de falar com a X ((nome da cliente))?
0223	CLE	é ela...
0224	OPA	X ((nome da cliente))... meu nome é X ((nome da operadora)) eu falo aqui
0225		da X ((nome da empresa))... **tudo BEM::?**
0226	CLE	**tudo bem...**
0227	OPA	que bom X ((nome da cliente)) [...]

(36) Diálogo 12

1694	CLE	o::i...
1695	OP	oi... boa TAR::de...
1696	CLE	boa tarde...
1697	OP	eu falo com a senhora X ((nome composto da cliente))?
1698	CLE	I::sso...
1699	OP	**tudo bem contigo... X ((primeiro nome da cliente))?**
1700	CLE	**tudo JÓia e você[152]?**

[152] Essa relação simétrica demonstrada entre operador e cliente - tudo jóia... *e você?;* tudo bem *contigo?* – é excepcional no *corpus* brasileiro, havendo somente três ocorrências (D1, D12, D16)

1701 OP que Ótimo senhora X ((primeiro nome da cliente))... estou muito bem
1702 tamBÉm... obrigado por pergunTAr [...]

(37) Diálogo 07

0885 CL alô...
0886 OPA O::i... bom DI::a... eu falo com X ((nome do cliente))?
0887 CL isso...
0888 OPA oi X ((nome do cliente))... **tudo BEm?** aqui quem fala é a X ((nome e
0889 sobrenome da operadora)) eu sou da X ((nome da empresa)) né::? éh:::...
0890 representante do curso de inglês do X ((nome da empresa parceira))... é
0891 que você foi contemPLAdo ho::je... com uma condição especial do curso
0892 de inglê::s do X ((nome da empresa parceira))... você já tá matriculado em
0893 alguma esCO::la?
0894 CL não não... ainda nã::o...

- a intervenção avaliadora

Nos excertos (35) e (36) (cf. supra), assim que as clientes respondem à *greeting question,* os operadores enunciam, imediatamente, uma intervenção avaliadora: *que bom*; *que Ótimo senhora X*[153] ((primeiro nome da cliente)), como reforço do contato. Kerbrat-Orecchioni (1996, p. 39) avalia o modelo de troca constituída por uma estrutura ternária, pergunta-resposta-avaliação, da seguinte forma: a troca é iniciada por uma pergunta cuja resposta é seguida, voluntariamente, por uma intervenção que tem como função avaliar a resposta. A estudiosa (1994, p. 44-45) esclarece, ainda, que "se os dois primeiros componentes da troca têm vocação para serem universais, a 'avaliação' parece mais ou menos sistemática de acordo com as sociedades [...][154]". Assim, nessa troca comunicativa, em contexto brasileiro, em 53% das interações há a presença de intervenções avaliativas do enunciador, o que não ocorre em francês, pois não se evidenciou nenhuma ocorrência desse evento.

---

desses eventos, pois o encadeamento preferido dos clientes, nesse caso, é o de não fazer pergunta alguma ao operador, o que denota uma assimetria interacional. Nota-se que, em (36) (linha 1702, cf. supra), logo após sua intervenção avaliativa, o operador agradece a cliente por perguntar, assim como ocorre em D1 e D16 (cf. Anexo A), o que valoriza a face da interlocutora. Porém, podem também designar de que se trata de uma situação atípica. Ainda, em D8 (cf. Anexo A), a cliente responde à *greeting question tudo bem?* repetindo a mesma pergunta: *tudo bem?*, que teria, assim, um valor imbricado, pois funcionaria como uma resposta (*tudo bem*) e uma pergunta *(e com você, está tudo bem?)* concomitantemente.

[153] Em 45,5% dos casos, o cliente apresentou como resposta à *greeting question Que bom,* e em outros 45,5%, *Que ótimo*.

[154] "si les deux premières composantes de l'échange ont vocation à être universelles, 'l'évaluation' semble plus ou moins systématique selon les sociétés [...]."

Essas avaliações são mecanismos de polidez positiva empregados para mostrar zelo, interesse, pelo cliente e, ainda, uma estratégia discursiva que permite ao operador retomar o turno de fala, encerrar a troca comunicativa e introduzir um novo tópico sem colocar em risco a interação, pois não dar voz ao interlocutor é um modo de inibir seu poder de ação e de proteger a regência do operador. Em (37) (cf. supra), por exemplo, a operadora encadeia, diretamente, a *greeting question* ritual com sua apresentação e, em seguida, já atualiza o tópico discursivo sem levantar nenhuma possibilidade de intervenção: justifica sua ligação, de modo dissimulado e persuasivo, e faz, imediatamente, uma nova pergunta a fim de engajar, efetivamente, o cliente na interação.

O nível interacional revela-se como um importante fator para a realização das ligações telefônicas em português, o que torna a abertura da sequência mais complexa se comparada às interações em francês. Assim, como ilustramos em (38), o protótipo da abertura da sequência em português constitui-se por:

abertura do canal + saudação + solicitação do interlocutor-alvo (*summon*) + apresentação do operador + identificação da empresa + pergunta de saudação (*greeting question*) + intervenção avaliadora

(38) Diálogo 05

0475	CLE	aLÔ::?
0476	OPA	**alô boa tarde...** por gentileza... **X ((nome da cliente))?**
0477	CLE	sou eu MESmo...
0478	OPA	**X ((nome da cliente)) meu nome é X ((nome da operadora))... eu sou**
0479		**consultora acadêmica da X ((nome da empresa))... tudo BEm?**
0480	CLE	tudo BE::m...
0481	OPA	**que bom...**

Em francês, como prioriza-se o nível informacional ao interacional, a abertura da sequência é, portanto, mais objetiva. No caso dos interlocutores previamente identificados, como em (39), apresenta a seguinte estrutura:

abertura do canal + saudação + solicitação do interlocutor-alvo (*summon*) + apresentação do operador + identificação da empresa

(39) Diálogo 06

0820 CL allô::?
0821 OPA **aLLÔ...**
0822 CL oui...
0823 OPA **oui... bonjour monsieur X ((nom du client))?**
0824 CL oui::...
0825 OPA **[bonjour monsieur... je suis X ((prénom de la téléopératrice))... de la**
0826 **société:: X ((nom de l'entreprise)) [...]**

Ou ainda, em relação aos clientes não-identificados:

abertura do canal + saudação + apresentação do operador + identificação da empresa

(40) Diálogo 20

2316 CL allô oui ?
2317 OP **oui bonjour monsiEUr bonjour... c'est:: X ((prénom du téléopérateur))**
2318 **monsieur... de la société X ((nom de l'entreprise)) [...]**

No intuito de ilustrar, de modo mais representativo, as similitudes e as disparidades existentes entre a abertura da sequência em português e em francês, segue:

Quadro 5: O protótipo da abertura da sequência em português e francês

PORTUGUÊS	**FRANCÊS**
abertura do canal + saudação + solicitação do interlocutor-alvo (*summon*) + apresentação do operador + identificação da empresa + pergunta de saudação (*greeting question)* + intervenção avaliadora	abertura do canal + saudação + solicitação do interlocutor-alvo (*summon*) + apresentação do operador + identificação da empresa
	abertura do canal + saudação + apresentação do operador + identificação da empresa

As estratégias discursivas mais significativas empregadas pelos operadores, tanto brasileiros quanto franceses, para engajar o cliente na ligação de televendas na abertura da sequência relacionam-se à realização de perguntas, afinal, quem pergunta conduz e quem responde é conduzido, o que coloca o operador em situação de regente da interação e confere ao interlocutor um papel secundário. Embora o emprego de perguntas seja característico das aberturas, esse modelo típico esteve a serviço do controle interacional nas ligações de televendas.

Nesse sentido, as perguntas que solicitam o interlocutor-alvo (*summon*) mediante a explicitação de seu nome e/ou sobrenome merecem destaque, pois criam um déficit interacional que solicita, obrigatoriamente, a complementação do par adjacente (pergunta/reposta) pelo cliente, o que o leva a engajar-se na interação.

Em âmbito brasileiro, destacamos, ainda, a pergunta de saudação *tudo bem?* que, além de solicitar, igualmente, uma resposta, contribui para o estabelecimento de uma relação de proximidade com o cliente, o que reflete a importância da esfera relacional nas interlocuções brasileiras. Como vimos, a relação interpessoal revelou-se como um importante fator no início das ligações telefônicas em português, o que tornou sua abertura da sequência mais complexa se comparada às interações em francês. Assim, a polidez, nessa fase da interação, se fez mais presente nas interações brasileiras e agiu enquanto mecanismo viabilizador de uma aproximação entre o operador e o cliente e, ainda, como atenuador nesse processo de ocupação do território alheio.

Realizada a abertura do canal de comunicação, efetuadas as saudações, apresentações e as devidas intervenções rituais e, estando, sobretudo, o operador em contato com o interlocutor-alvo, tanto os operadores brasileiros como os franceses lançam mão de técnicas, chamadas de estratégias de incursão, no intuito de engajar, definitivamente, o cliente na interação. Consideramos esse ponto decisivo, pois se trata do momento em que o primeiro tema é, de fato, lançado. Dessa forma, a reação do cliente perante o discurso que lhe é apresentado revelará sua adesão, ou não, à interação. Nesse sentido, discutiremos, a seguir, a respeito das construções justificadoras e das perguntas de captação.

4.2.2. As estratégias de incursão[155]

Na abertura da sequência anteriormente analisada, nota-se que os operadores, brasileiros e franceses, articulam, estrategicamente, seu discurso de modo a não dar voz ao cliente a fim de diminuir os riscos de objeção e garantir a realização da interação.

[155] Optamos pela escolha do termo *incursão* no sentido de investida, ataque, invasão.

Até esse ponto, o cliente foi envolvido, em geral, por procedimentos rituais e exposto, minimamente, a conteúdos de ordem informacional. Já, na presente ocasião, terá finalmente acesso, na maior parte dos casos, aos motivos da ligação e no que isso o implicará. Assim, como sua reação é determinante para a consecução da interação, os operadores lançam mão de táticas discursivas, as quais nomeamos estratégias de incursão, pois, em nosso entendimento, é a etapa em que o operador realmente se lança em território adverso, no intuito de engajar, definitivamente, o cliente na ligação telefônica.

Os operadores brasileiros e franceses recorrem, de forma geral, às mesmas estratégias de incursão, a saber, as construções justificadoras e as perguntas de captação. As primeiras funcionam como uma espécie de elo entre as intervenções rituais e as perguntas de captação; as últimas surgem como um chamariz para atrair e engajar, efetivamente, o possível cliente na interação.

4.2.2.1. As construções justificadoras

Nesse ponto da interação, como afirmamos há pouco, o encadeamento discursivo preferido do operador é a explicitação do motivo da ligação.

Em todas as interações brasileiras há a presença de construções justificadoras. A depender da natureza da sequência de abertura, ou seja, voltada para trás ou orientada para adiante, diferentes tipos de construções justificadoras manifestam-se. No primeiro caso, nos referimos às ligações telefônicas em que o operador realiza o segundo contato; no outro, às interações de primeiro contato, que correspondem a 70% das ocorrências, das quais nos ocuparemos inicialmente.

No intuito de engajar o cliente na interação, os operadores brasileiros apresentam, em geral, três tipos de justificativas a fim de fundamentar a realização da ligação: (1) a existência de uma condição especial (41,7% dos casos), (2) o preenchimento de um cadastro na Internet (41,7% das ocorrências) e, finalmente, (3) o fato de serem ex-alunos da plataforma (16,6% das interações).

A primeira delas envolve informar o cliente de que foi contemplado com um benefício exclusivo, uma condição especial, um *voucher* ou um cupom de desconto, do qual pode desfrutar, como em (41) e (42).

(41) Diálogo 12

1694 CLE o::i...
1695 OP oi... boa TAR::de...
1696 CLE boa tarde...
1697 OP eu falo com a senhora X ((nome composto da cliente))?
1698 CLE I::sso...
1699 OP tudo bem contigo... X ((primeiro nome da cliente))?
1700 CLE tudo JÓia e você?
1701 OP que Ótimo senhora X ((primeiro nome da cliente))... estou muito bem
1702 tamBÉm... obrigado por pergunTAr... éh:::... **hoje estou entrando em**
1703 **contato contigo X ((primeiro nome da cliente))... éh:: referente aí::... a**
1704 **um:: benefício que temos pra ti... né? da X ((nome da empresa**
1705 **parceira))...** eu sou o X ((nome do operador)) e:::... **o que é isso... né?**
1706 **éh... em parceria né? com:::... com o X ((nome da plataforma))... a X**
1707 **((nome da empresa parceira)) está liberando o curso de inglês para**
1708 **TOdos alunos e ex-alunos do X ((nome da plataforma))... né?** e::...
1709 HOje a senhora faz algum curso X ((primeiro nome da cliente))?

Entendemos que a seleção vocabular efetuada pelos operadores na elaboração de suas justificativas, nessa situação, seja fortemente persuasiva. Em (41) (cf. supra), ao afirmar que se trata de um benefício, e ainda, de um curso liberado para os alunos e ex-alunos da plataforma em questão, o operador apresenta a informação como se fosse uma vantagem exclusiva destinada, especificamente, a esse público, o que não é realmente verdadeiro.

Do mesmo modo, em (42), o sintagma *contemplado hoje com uma condição especial* pode levar o cliente a compreender que se trata de uma oportunidade única, imperdível, que lhe foi, especialmente, disponibilizada; porém, nesse caso, há um fator complicador, sua brevidade, determinada pelo uso do advérbio temporal *hoje,* enfatizado por um prolongamento vocálico (*você foi contemPLAdo ho::je*).

(42) Diálogo 07

0885 CL alô?
0886 OPA O::i... bom DI::a... eu falo com X ((nome do cliente))?
0887 CL isso...
0888 OPA oi X ((nome do cliente))... tudo BEm? aqui quem fala é a X ((nome e
0889 sobrenome da operadora)) eu sou da X ((nome da empresa)) né::? éh:::...
0890 representante do curso de inglês do X ((nome da empresa parceira**))... é**
0891 **que você foi contemPLAdo ho::je... com uma condição especial do**
0892 **curso de inglê::s do X ((nome da empresa parceira))...** você já tá
0893 matriculado em alguma esCO::la?

Em (43), a operadora opta pelo uso do termo *voucher*, em vez de cupom, talvez porque os estrangeirismos possam ser relacionados ao léxico do prestígio,

pois, por terem uma designação em uma língua que o interlocutor, provavelmente, não domina, podem fazer alusão à noção de sofisticação, o que se configuraria, igualmente, como um mecanismo de persuasão. Assim, o termo *voucher* associado a desconto e à locução verbal *poder tá fazendo*, que transmite a ideia de que a cliente somente poderá fazer o curso porque lhe foi permitido, faz com a que ela vincule-se, prontamente, à proposta da operadora (tá::). Ao dizer *poder tá fazendo*, em vez de *poder fazer*, a operadora faz uso de uma construção não muito bem aceita, segundo as normas da língua portuguesa, estigmatizada, sobretudo, em ligações de televendas, chamada de gerundismo. Contudo, em termos interacionais, essa construção verbal diminui o teor de assertividade do enunciado, protegendo as faces das participantes da interação.

(43) Diálogo 08

1018	CLE	alô?
1019	OPA	alô... por favor... X ((nome da cliente))?
1020	CLE	quem que é?
1021	OPA	O::i?
1022	CLE	O::i... é ela MESmo...
1023	OPA	oi X ((nome da cliente))... meu nome é X ((nome da operadora))... eu sou
1024		consultora acadêmica do X ((nome da empresa))... tudo BEm? referente
1025		ao
1026	CLE	[si::m... tudo BEm?
1027	OPA	curso de... de inglês da X ((nome da empresa parceira))...
1028	CLE	ahn::?
1029	OPA	**X ((nome da cliente))... eu tô entrano em conTAto porque você foi**
1030		**contemplada com um <u>VOUcher</u> de desCONto... pra poder tá fazendo o**
1031		**curso de inglê::s... tá::?**
1032	CLE	tá::...

A segunda justificativa coloca o cliente em posição ativa, ou seja, enfatiza-se o fato de ele próprio ter motivado o contato, o que o compele a engajar-se na interação, afinal, como recusar algo que ele mesmo provocou? Nesse sentido, segue (44):

(44) Diálogo 06

0665	CL	alô?
0666	OP	o::i.. boa tarde... por gentileza... X ((nome do cliente))?
0667	CL	sim... quem é?
0668	OP	eu sou o X ((nome do operador))... X ((nome do cliente))... consultor
0669		acadêmico da X ((nome da empresa)) **e eu tô ligando pra você... meu**
0670		**rei... referente ao caDAStro que você fez na InterNEt para receber**
0671		**informações do curso de inGLÊ::s...** e aí ? você já tá estuDAN::do... já

0672 achou alguma esCO::la? como é que TÁ... X ((nome do cliente))?

Por fim, no terceiro tipo de justificativa, os operadores aproveitam as informações de um antigo cadastro para contatar os clientes no intuito de criar um passado que se torna, implicitamente, instrumento de um contrato de solidariedade entre os dois. Assim, para o cliente, fica mais difícil não colaborar devido à existência desse passado.

(45) Diálogo 17

2488 CLE o::i...
2489 OPA oi::: X ((nome da cliente))... boa tar::de...
2490 CLE o::i... boa tar::de...
2491 OPA éh:::... **eu tô ligando aqui da X ((nome da empresa parceira))...**
2492 **referente um curso que a senhora fez há um tempo aTRÁs conosco**
2493 **LÁ:: no X ((nome da plataforma))...** a senhora se reCORda?

A primeira e a última justificativas são dissimuladas, pois os valores ofertados em todas as campanhas são os mesmos, ou seja, não existe condição especial alguma e, além disso, os operadores não entram em contato com os ex-alunos para tratar do curso que realizaram anteriormente, como alegam, mas para tentar vender um outro.

O que atrai nossa atenção nesses três excertos são as formas de tratamento[156] utilizadas pelos operadores para dirigir-se aos interlocutores, que vai desde a busca de uma relação mais formal, chegando até ao uso de gírias. Essas variações nos fazem pensar no princípio de adaptação ao auditório, conforme defende Chaïm Perelman (2002 [1977], p. 23), retomando os preceitos de Aristóteles.

Assim, em (43), temos o uso do pronome *você*, o mais recorrente em nosso *corpus*, bem como em (44) (cf. supra). Porém, nesse último, a fim de estabelecer vínculos e familiaridade com o interlocutor, o operador faz uso do vocativo *meu rei*[157], pois sabe que seu interlocutor reside em um estado brasileiro em que essa gíria é usual para referir-se a alguém de forma gentil, ao menos segundo o entendimento do atendente, originário de outro estado. A propósito, o uso do pronome possessivo *meu* atrelado a *rei*, acentua o valor de aproximação ou intimidade da interação. Ao

[156] Em consonância com Silva (2003, p. 170) “entendemos por formas de tratamento palavras ou sintagmas que o usuário da língua emprega para se dirigir e/ou se referir à outra pessoa”.
[157] Há quem diga que essa expressão não seja corrente entre os habitantes da Bahia, mas que faça parte da representação de residentes de outros estados sobre o linguajar baiano.

verificar-se outras ligações efetuadas pelo mesmo operador, nota-se que ele procede desse modo somente em duas interações[158] e que, em ambos os casos, está se comunicando com interlocutores do sexo masculino residentes no mesmo estado, o que evidencia a estratégia de adaptação ao auditório. Já, em (45) (cf. suupra), a operadora opta pela forma de tratamento *senhora*, que denota uma relação mais formal, respeitosa, procurando demonstrar deferência.

Na sociedade brasileira moderna, observa-se uma alternância e uma flexibilização das formas de tratamento, que podem variar entre *você* e *senhor(a).* Emprega-se, normalmente, *senhor(a)* em situações de poder, por denotar maior formalidade e respeito, como ocorre em algumas relações hierárquicas, seja em contexto familiar, profissional, econômico, etc., e ainda em situações em que se desconhece o interlocutor. Nota-se, todavia, em nossos dados, uma acentuada preferência pelo uso de *você*, que visa a criar maior intimidade e proximidade.

Ainda que o uso do pronome[159] *você* expresse uma relação de maior igualdade e o emprego da forma de tratamento *senhor* esteja ligado a conotações de respeito e cortesia, é comum observar-se ao longo dos diálogos uma alternância entre essas duas formas, o que não parece, *a priori*, desrespeitoso. Assim, pode-se observar o uso de *você* empregado para dirigir-se a um interlocutor que foi previamente anunciado como *senhor* sem que isso seja interpretado como impolido ou invasivo. Nesse sentido, no português falado, talvez não haja oposição entre as formas de tratamento *você* e *senhor*, mas uma relação de complementaridade.

Embora os interlocutores[160] tenham eleito, de forma geral, o pronome *você* para interagir entre si, verifica-se que as operadoras empregaram a forma de tratamento *senhora* 40 vezes em interações em que ambas as interactantes eram do sexo feminino e, em uma interação que envolvia um operador e uma cliente, houve 36 vezes ocorrências. Essas participantes compartilham, todavia, algumas características: em 80% dos casos, são mulheres, aparentemente, de faixa etária mais elevada, e ainda, 60% delas são ex-alunas da plataforma, o que, talvez, possa indicar que essa foi a forma de tratamento recomendada no *script* dessa campanha. Em contrapartida, nenhum operador optou pela forma masculina *senhor* ao

---

[158] D6 e D15.

[159] Sobre dados numéricos e estatísticos a respeito do emprego dos pronomes pessoais no Brasil (cf. CASTILHO E BASÍLIO, 1996)

[160] Essa variação relativa às formas de tratamento observa-se, ainda que pontualmente, no discurso de alguns clientes, que fizeram uso, por exemplo, das formas *moça* (D4 – linha 0381), *minha linda* (D13 - 1841) e *senhor* (D16 - linha 2335) ao referir-se aos operadores (cf. Anexo A).

direcionar-se a um cliente. Essa discrepância chama a atenção, porém, não encontramos uma hipótese consistente para explicá-la.

Além disso, variações pronominais são muito recorrentes no interior da mesma interlocução no *corpus* em português. A esse respeito, observem-se (46) e (47), ambos oriundos do Diálogo 12.

Em (46), o operador refere-se à cliente pelo intermédio da forma de tratamento *senhora*, combinada com os objetos *contigo* e *ti*.

(46) Diálogo 12

1694	CLE	o::i...
1695	OP	oi... boa TAR::de...
1696	CLE	boa tarde...
1697	OP	eu falo com a **senhora** X ((nome composto da cliente))?
1698	CLE	I::sso...
1699	OP	tudo bem **contigo**... X ((primeiro nome da cliente))?
1700	CLE	tudo JÓia e você?
1701	OP	que Ótimo **senhora** X ((primeiro nome da cliente))... estou muito bem
1702		tamBÉm... obrigado por pergunTAr... éh:::... hoje estou entrando em
1703		contato **contigo** X ((primeiro nome da cliente))... éh:: referente aí::... a um::
1704		benefício que temos pra **ti**... né? [...]

O pronome *contigo*[161], equivalente a *com você*, remete a *tu*, pronome de 2ª pessoa atualmente de uso restrito a algumas regiões do Brasil, pois foi amplamente substituído por *você*. No entanto, a forma *contigo*, assim como *ti* e *te* (respectivamente, formas tônicas e átonas oblíquas do pronome de 2ª pessoa *tu*) são frequentemente combinadas com *você* e/ou *senhor(a)* em diferentes contextos e regiões do país em dias atuais. Nesse sentido, no Brasil, em interlocuções em que se empregam os tratamentos *você* e *senhor(a),* misturam-se formas de referência de 2ª pessoa na função de objeto, como se pode verificar em (46).

Conforme postulam Cunha e Cintra (1985, p. 284), dado que a forma pronominal *tu* foi substituída no sistema pronominal do português falado em quase todo o território brasileiro por *você*, houve o surgimento de uma mistura das formas oblíquas do pronome de segunda pessoa (*contigo, ti, te*) com os de terceira (*o, a, lhe*). Assim, as formas oblíquas do pronome de terceira pessoa *você* são, na língua falada, muitas vezes substituídas por *te, ti, contigo*, formas pronominais do pronome de 2ª pessoa *tu*. Essa alternância e mistura de pronomes objeto reflete um

[161] O uso de *contigo* configura-se como uma forma marcada em português, ou seja, não preferida (cf. KERBRAT-ORECCHIONI, 1992, p. 233).

fenômeno que está em variação no português brasileiro. É por essa razão que podemos encontrar o uso corrente do pronome *você*, ou mesmo *senhor(a)*, combinados, despreocupadamente, com as formas *te, ti, contigo*, ou ainda acompanhados por *lhe* (pronome pessoal oblíquo átono de 3ª pessoa do singular) em nossos dados, como se pode verificar em (47) (cf. infra) (o curso que estamos *lhe* dando viabiliDAde né X ((primeiro nome da cliente))?).

Em (47), julgamos, ainda, interessante salientar as diferentes combinações de formas apelativas das quais faz uso o operador ao referir-se à cliente, o que provoca um constante jogo de aproximação e distanciamento entre os interactantes. Inicialmente, o operador emprega o termo *senhora* acompanhado pelo nome composto da cliente, estabelecendo uma relação mais formal e distante. Porém, logo em seguida, utiliza o pronome *contigo*, que remete à 2ª pessoa, *tu*, associado ao primeiro nome da interlocutora, o que promove uma aproximação interpessoal e denotaria, *a priori*, certa aproximação entre os interagentes. Na sequência, faz uso da forma de tratamento *senhora* combinada com o primeiro nome da cliente, possivelmente buscando um efeito intermediário no estabelecimento da relação interpessoal. Por fim, retorna à abordagem informal ao empregar, novamente, o pronome *contigo*, mas, dessa vez, integrado ao primeiro nome da cliente, a fim, provavelmente, de promover uma nova aproximação, escolha reforçada pela utilização do pronome *ti*, que faz referência a *tu*.

A variabilidade manifestada nas formas de tratamento e pronomes também pode ser observada no registro de língua utilizado pelos interlocutores, que oscila entre o uso padrão e coloquial, inclusive dentro de uma mesma interação. Assim, em (47), o operador faz uso da forma de tratamento *senhora*, que denota uma maior formalidade, e emprega, em seguida, o termo *legal*, proveniente do registro informal.

(47) Diálogo 12[162]

1713	OP	[...] a **senhora** já estudou inglês alguma VEz?
1714	CLE	já::... já estudei...
1715	OP	hum::... bacana... e a **senhora** considera hoje X ((primeiro nome da
1716		cliente))... seu inglês em QUAl nível?
1717	CLE	intermediÁrio...
1718	OP	intermediÁrio? **legal** X ((primeiro nome da cliente))... éh:: por que eu fiz

[162] Ainda que esse fragmento encontre-se fora dos limites da sequência de abertura, conforme os critérios adotados nesta pesquisa, julgamos relevante destacá-lo para fomentar a discussão a respeito da variabilidade de registro de língua presente no *corpus* de língua portuguesa.

1719 essas perguntas pra **ti**... X ((primeiro nome da cliente))? porque HOje...
1720 né? a X ((nome da empresa parceira)) possui o maior portal da educação
1721 on-line do Brasi::l... são mais de mil e quinhentos CURsos... e todos com
1722 certifiCAdo... éh:::... o curso que estamos **lhe** dando viabiliDAde né X
1723 ((primeiro nome da cliente))?

Resta-nos, ainda, retomando nossos objetivos iniciais, tratar das ligações que apresentam as aberturas voltadas para trás, o que corresponde a 30% das interações. Como se trata do segundo contato, sabe-se que essas ligações tiveram, na primeira ocasião, um desfecho inconclusivo. Nesse sentido, como já conhecemos os motivos que apresentam os clientes para justificar sua impossibilidade de decisão, bem como as estratégias mobilizadas pelos operadores para não perder o contato com o interlocutor, em 40% desses casos, os clientes suscitaram a necessidade de consulta a terceiro, 20% alegaram estar com tempo escasso naquele momento e, nos outros 40%, os operadores propuseram o envio de material informativo a respeito do curso por *e-mail*. Desse modo, na segunda ligação, os operadores recuperam uma dessas alegações, conforme cada caso, como justificativa do contato. A esse respeito, em (48), a operadora liga para saber se o cliente recebeu e avaliou um *e-mail*.

(48) Diálogo 01

0009 CL recrutamento e seleção... X ((nome do cliente))...
0010 OPA oi X ((nome do cliente))... bom dia... tudo BEm?
0011 CL tudo ó::timo e você:::?
0012 OPA perfeito... muito obriga::da X ((nome do cliente))... éh::: o meu nome é X
0013 ((nome da operadora))... eu sou consultora educacional da X ((nome da
0014 empresa))... X ((nome do cliente))... éh::: na segunda-fe::ira... eu fiz pra
0015 você um envio de proPOSta... de parceria... aí pro pessoal da X ((nome da
0016 empresa cliente))... **aí eu queria verificar se você conseGUI::u receber**
0017 **o e-mail certi::nho... se você conseguiu avaliAr o e-mail...**

A presença de mecanismos de polidez nas construções justificadoras é eventual no *corpus* em português, resumindo-se a alguns procedimentos pontuais, como se pode verificar em (48) (eu fiz para você um envio de proposta... de parceria... aí pro *pessoal* da X ((nome da empresa cliente)), em que a operadora utiliza o termo informal *pessoal*, que visa a criar certa proximidade ou intimidade, e ainda, ao uso de minimizadores de incursão[163], como no Diálogo 14 (cf. Anexo A), linhas 2046 e 2047 (eu tô ligando... referente a um curso que a senhora fez há um

[163] Cf. KERBRAT-ORECCHIONI, 2005, p. 115

tempinho atrás lá no X ((nome da plataforma)), em que a operadora faz uso do diminutivo *tempinho,* igualmente, atenuador. Acreditamos que a presença de mecanismos de polidez não seja expressiva nas construções justificadoras pois, o fato de se apresentar uma justificativa já configura-se como uma estratégia de polidez, uma vez que se explicita os motivos que levaram à realização da ação, o que diminui o nível de ameaça que a atitude do operador poderia representar ao território do cliente.

No tocante às ligações telefônicas francesas, em 73,3% das interações, os operadores fazem uso, igualmente, de construções justificadoras que, além de informar o motivo do contato, estão repletas de estratégias discursivas que possuem como propósito central envolver o cliente na interação bem como fazê-lo aderir, prontamente, às ações propostas.

Em francês, assim como em português, há a presença de interações voltadas para o passado, caso das ligações em que ocorre o segundo contato[164], e as direcionadas para o futuro, que correspondem a 93,3% de nossos dados. Devido à sua expressividade, nos ocuparemos, primeiramente, desse último caso e discutiremos as justificativas a partir de duas categorias: as apresentadas a particulares e, posteriormente, a profissionais.

Em relação à primeira situação, os operadores contatam os clientes a fim de lhes propor ações que têm como fim a redução de gastos, sejam referentes a problemas de saúde (informação sobre artrose e problemas de sono), sejam relacionados ao consumo de energia (verificação do nível do consumo energético, isolamento térmico, verificação de placas solares, quadro comparativo de consumo energético ou teste de hermeticidade), estes representando 86,7% dos casos. Desse modo, destacamos, a seguir, exemplos de justificativas que ilustram, no interior dessa categoria, os casos mais recorrentes, a saber, a verificação do nível de consumo energético e o teste de hermeticidade. Vale relembrar que, todas essas ligações, sem exceção, são operações com fins comerciais, porém, dissimuladas.

---

[164] Embora em D25 do *corpus* francês a operadora utilize o verbo *rappeler* (ligar novamente), nota-se que o motivo do contato não havia sido previamente explicitado ((monsieur X ((nom du client))... excusez-moi... je me perMEts de vous *rappeLEr...* euh:: je vous ap/ je vous raSSUre HEIN ? ce n'est pas un appel comme vous avez sûrement l'habitude de recevoir... j'imaGIne... je vous *aPPElle* pour vous inforMEr monsiEUr... que dans les prochaines quarante-huit HEUres... il va y avoir un relevé d'herméticiTÉ qui sera effectué chez tous les propriétaires des maisons de plus de quinze ans... au niveau de la:: rue::... de la rue X ((nom de la rue)), o que nos faz supor que a ligação tenha sido interrompida após alguns segundos de conversa. Assim, consideramo-la como uma ligação de primeiro contato. Nesse sentido, somente D3 e D14 são de segundo contato.

Nesse sentido, observe-se (49) em que a operadora pretende levar o cliente a aceitar o agendamento de uma visita técnica no intuito de efetuar-se uma verificação referente ao consumo de energia para evitar o aumento de preços:

(49) Diálogo 02

0208 CL A::llô ? oui...
0209 OPA oui::... bonjour... monsieur X ((nom du client)) ?
0210 CL bonjour... oui::...
0211 OPA oui... bonjour monsieur... je suis X ((prénom de la téléopératrice))...
0212 CL [voilà...
0213 OPA [votre con/ bonjour... je suis X ((prénom
0214 de la téléopératrice))... conseillère chez X ((nom de l'entreprise**))... je me**
0215 **permets de vous contacter monsiEUr... c'est juste pour vous informer**
0216 **qu'on est de passage chez chaque habitant chaque propriétaire de la**
0217 **régiOn... pour une p'tite vérification au niveau de la consommation**
0218 **énergéTIque... afin d'éviter de HAU::sses tarifaires dans les mois qui**
0219 **arrivent... donc:: voilà monsieur vous aussi vous êtes concerné de**
0220 **bénéficier de ce:: contrôle... puisque vous êtes toujours propriétaire**
0221 **X boulevard X ((adresse))... donc vous n'avez pas**
0222 CL [oui::...
0223 OPA **[changé toujours**
0224 **pas... voilà (...)**

A operadora apresenta sua justificativa afirmando que estão de passagem na casa de cada habitante da região para a realização de uma pequena verificação no nível do consumo energético a fim de evitar os aumentos de tarifas que ocorrerão nos próximos meses. Como em francês o propósito transacional das ligações telefônicas é dissimulado, polidez, persuasão, e argumentação combinam-se em um enunciado de caráter, *a priori,* informativo, mas que, na verdade, camufla seu verdadeiro intento.

Em (49) (cf. supra), por exemplo, a operadora sinaliza a introdução de sua justificativa pelo intermédio do marcador de abertura de tema *je me permets de*[165] que, em nosso entendimento, possui valor retórico, uma vez que se fosse substituído por *je vous contacte* (estou ligando para o senhor), o enunciado tornar-se-ia mais contundente e, assim, mais ameaçador à face do cliente. Em seguida, há a produção de um enunciado impessoal, *c'est juste* (é só; é apenas), que tira o foco da enunciação e protege a face do locutor, no qual se utiliza o advérbio *juste* (só, apenas), que minimiza o alcance da ação e, assim, neutraliza a conclusão negativa

[165] Ainda que não haja correspondente total, em português, para *je me permets de (vous contacter)*, essa expressão ritualizada poderia equivaler a *eu decidi/eu resolvi (ligar para o senhor).*

que o interlocutor poderia construir nessa situação de comunicação, que carrega o estereótipo de ser inoportuna e invasiva.

O objetivo da operadora é mostrar que tudo ocorrerá rapidamente e que, portanto, não ocupará, demasiadamente, o tempo da cliente. Procura, assim, minimizar a ameaça que a ligação telefônica pode representar. O fato de utilizar a locução *de passage* (de passagem) reforça a intenção de mostrar que se trata de uma questão que será rapidamente resolvida, assim como o sintagma *p'tite vérification* (pequena verificação, verificaçãozinha), em que o modificador externo quantificador minimizador *p'tite* (pequena), que atenua o valor do termo *vérification* (verificação), reforça a ideia de brevidade e de simplicidade da operação de controle.

No que se refere à persuasão, a operadora, ao utilizar o verbo *informer* (informar), transmite a ideia de que está comunicando uma informação, ou seja, algo concreto e definido, a fim de torná-la pública. Trata-se de uma estratégia de persuasão empregada para que a cliente sinta-se imediatamente engajada e crie uma disposição favorável à aceitação das proposições da operadora. Além disso, a escolha do substantivo *hausse* (aumento, alta) participa, igualmente, da construção da lógica persuasiva da operadora; segundo afirma, o objetivo da verificação de consumo energético é evitar o aumento de tarifas que ocorrerá nos próximos meses. Ainda que seja uma justificativa dissimulada, afinal, as tarifas aumentarão independentemente da realização da avaliação, a operadora deixa subentendido que é preciso aderir à ação a fim de não pagar preços mais elevados. A locução adverbial temporal *dans les mois qui arrivent* (nos próximos meses), por ser imprecisa, embora possa proteger a face da locutora ao conferir um caráter de indeterminação ao seu enunciado, pode, igualmente, fazer com que a cliente duvide da legitimidade de seus propósitos.

Observa-se que, em francês, ao contrário do que ocorre em português, como discutimos há pouco, emprega-se, exclusivamente, o pronome *vous* para dirigir-se ao outro e há regularidade referente ao uso de pronomes complemento (vous), bem como nos de tratamento (*Monsieur/Madame*). Não há, nesse sentido, um rico paradigma de expressões apelativas, as quais têm por principal função estabelecer um determinado tipo de relação entre o enunciador e o enunciatário.

Julgamos interessante observar o emprego dos pronomes pessoais em *je me permets de vous contacter monsiEUr... c'est juste pour vous informer qu'on est de*

passage [...][166]*.* Inicialmente, a operadora parte do âmbito particular empregando o pronome *je* (*je* me permets de*)* e dirige-se diretamente a *vous,* o que presentifica e implica, pessoalmente, o cliente na ação, evento reforçado pela presença do vocativo *monsieur.* Posteriormente, por meio de um enunciado impessoal (*c'est* juste pour vous informer qu*'on* est de passage), a operadora tira o foco da enunciação das pessoas do discurso, diminuindo a responsabilidade sobre o que é dito, protegendo, assim, sua face e, em seguida, alia-se à empresa utilizando o pronome *on* (*on* est de passage), vinculando-se ao mundo profissional no intuito de conferir maior credibilidade à sua operação.

Em seguida, a profissional intensifica a necessidade de adesão do cliente a seus propósitos abandonando a formulação indireta e introduzindo um discurso contundente e argumentativo que anuncia uma obrigatoriedade de participação do interlocutor na ação que propõe, o que se configura como um ataque à sua face, uma vez que limita o seu poder de decisão *(donc:: voilà monsieur vous aussi vous êtes concerné de bénéficier de ce:: contrôle... puisque vous êtes toujours propriétaire X boulevard X ((adresse))*[167]*.*

Assim, a conjunção *donc* (então), que representa, nesse caso, a conclusão dos enunciados previamente apresentados pela operadora, associada a *voilà* (é isso)*,* que aponta o encerramento do tópico discursivo precedente e a introdução de um argumento, e ao vocativo *monsieur* (senhor), acentua a condição de determinação que a operadora confere à situação, como se não houvesse outra possibilidade ou solução para o cliente, que é diretamente requisitado.

Ainda, ao fazer uso da expressão *vous aussi* (o senhor também), a operadora tenta persuadi-lo a aceitar sua proposta mencionando a abrangência da ação, pois afirma que a operação diz respeito a cada morador, cada proprietário da região (on est de passage *chez chaque habitant chaque propriétaire de la régiOn*[168]), o que o implica diretamente, ideia reforçada pelo adjetivo *concerné* (implicado, incluído). Há, na verdade, uma contradição presente no enunciado *vous aussi vous êtes concerné de bénéficier de ce:: contrôle*[169], pois, enquanto *vous êtes concerné (isso lhe diz respeito*) evidencia uma ideia de imposição, de dever, o verbo *bénéficier* (beneficiar-

---

[166] *eu resolvi contatá-lo seNHOR... apenas para informá-lo que estamos de passagem [...].*
[167] *então:: é isso senhor... o benefício desse:: controle diz respeito ao senhor também... já que o senhor é proprietário na avenida X... número X ((endereço)).*
[168] *estamos de passagem na casa de cada habitante cada morador da regiÃo.*
[169] *o benefício desse controle diz respeito ao senhor também.*

se) relaciona-se à noção de auxílio, favorecimento, que contrasta com o discurso categórico empregado pela operadora, uma vez que, quando se trata de um real benefício, em geral, a necessidade de convencimento do interlocutor anula-se, pois, seu interesse surge de forma pró-ativa.

A operadora coloca como fator motivador da necessidade de adesão do cliente à ação o fato de ser proprietário de um imóvel em determinado endereço (*puisque vous êtes toujours propriétaire X boulevard X ((adresse))*[170]*.* Pelo intermédio da conjunção de subordinação *puisque* (já que), que exprime uma causa e uma justificação dadas como já conhecidas do interlocutor ou consideradas como incontestáveis, a operadora apresenta uma conclusão argumentativa que, segundo Plantin (2016), é diferente da conclusão de encerramento discursivo, pois pode ser enunciada em diversos pontos do discurso, inclusive em sua abertura. Constrói, assim, um tipo de argumento denominado silogismo que, conforme Aristóteles (Aristote, Top., I, 25, p. 2. apud PLANTIN, 2016*)*, trata-se de "um discurso no qual, algumas coisas sendo postuladas, uma outra coisa diferente delas resulta, necessariamente, das próprias coisas que são postuladas[171]**"**. Nesse sentido, temos a seguinte configuração: premissa 1 = todos os proprietários devem passar pela verificação; premissa 2 = você é proprietário; conclusão: logo, você também deve efetuar a verificação. Para encerrar o turno, há um novo uso da partícula conclusiva *voilà* (é isso), que reforça a ideia de determinação veiculada no discurso da operadora. Discutiremos os efeitos dessa configuração evidentemente impositiva e que representa uma real ameaça à face do interlocutor mais tarde[172]. Nota-se que, nessa ligação, a própria justificativa possui a função de captar o cliente e envolvê-lo na interação, o que dispensa, pois, o uso de perguntas de captação.

Em (50) (cf. infra), observa-se a presença de recursos similares, uma vez que persuasão, polidez e argumentação integram-se, igualmente, nesse enunciado. A operadora apresenta como motivo de sua ligação a realização de um teste de hermeticidade que será efetuado nas próximas 48h com todos os proprietários que possuem casas com mais de quinze anos *(je vous aPPElle POUr vous inforMEr que dans les prochaines quarante-huit HEU::res... rue X il va y avoir un relevé*

---

[170] *já que o senhor é proprietário na avenida X... número X ((endereço))..*

[171] "un discours dans lequel, certaines choses étant posées, une autre chose différente d'elles en résulte nécessairement par les choses même qui sont posées."

[172] (cf. 4.3. As modalidades de negociação na sequência de abertura)

d'herméticiTÉ... qui sera effectué chez tous les propriétaires de maisons de plus de quinze ans)[173]*.* Introduz seu discurso persuasivo pelo intermédio de um enunciado prospectivo *je vous appelle* (estou ligando para o senhor) a fim de explicitar, diretamente, o motivo de sua ligação. Nesse sentido, seu objetivo seria, portanto, *informer* (informar) o cliente a respeito da realização de um teste de hermeticidade. Todavia, *informer* relaciona-se a tornar público algo já estabelecido, definido, inquestionável, que parece fugir até mesmo do poder de decisão da operadora o que, nessas circunstâncias, configura-se como uma estratégia de persuasão colocada em prática para que o cliente sinta-se, imediatamente, engajado e crie uma disposição favorável à aceitação de suas proposições.

Além disso, a atendente confere um caráter de urgência à situação ao incorporar um limite temporal altamente reduzido para a realização da ação (*dans les prochaines quarante-huit HEU::res*), coerção que pode levar o cliente a aceitar a proposta sem questionar sua validade. Acreditamos que a nomenclatura técnica, *relevé d'herméticiTÉ* (teste de hermeticidade), provavelmente desconhecida do grande público, também tenha sido, estrategicamente, selecionada, pois coloca o cliente em uma condição de inferioridade em relação ao operador, o que pode levá-lo a participar da avaliação sem questioná-la, já que para compreender do que realmente se trata, deve assumir sua ignorância, o que se configura como uma ameaça à sua face. Contudo, o cliente não hesita em invadir o turno de fala da operadora e indagá-la a respeito do significado do termo *(un relevé de QUOI... vous dites... madame?),* o que faz com que a operadora admita, de certa forma, sua responsabilidade pela manifestação da dúvida do cliente, o que pode ser evidenciado por seu pedido de desculpas (*D'HERméticité... excusez-MOI*). Essa estratégia também se produz no *corpus* em português[174].

A trama persuasiva é fortalecida quando a operadora apresenta como local implicado no procedimento, precisamente, a rua em que reside o possível cliente, estratégia que o compromete diretamente, bem como a especificação do público-alvo (*chez tous les propriétaires de maisons de plus de quinze ans),* que o envolve, igualmente, na ação.

---

[173] *estou liGANdo para o senhor PAra inforMA-lo que nas próximas 48h... na rua X haverá um teste de hermeticiDAde... que será efetuado na residência de proprietários de casas com mais de quinze anos.*

[174] Cf. Diálogo 09 (linha 1180) Anexo A.

O caráter de autoridade que reveste a situação também é evidenciado ao se observar o modo e os tempos verbais utilizados pela atendente, a saber, o futuro próximo e o futuro do presente do Indicativo (*il va y avoir* un relevé d'herméticiTÉ... qui *sera effectué* chez tous les propriétaires de maisons de plus de quinze ans) e, ainda, por meio do apagamento do agente da ação mediante o uso da sentença impessoal (*il va y avoir*) bem como da voz passiva (*sera effectué*).

(50) Diálogo 27

3489	OPA	oui... allô ?
3490	CL	je vous écoute madame...
3491	OPA	oui... bonjour monsieur X ((nom du client)) ?
3492	CL	oui::...
3493	OPA	oui bonjour monsieur::... je me présente... madame X ((nom de la
3494		téléopératrice)) du groupe X ((nom de l'entreprise))... **je vous aPPElle**
3495		**POUr vous inforMEr que dans les prochaines quarante-huit**
3496		**HEU::res... rue X il va y avoir un relevé d'herméticiTÉ... qui sera**
3497		**effectué chez tous les propriétaires de maisons de plus de quinze**
3498		**ans... euh pour vous expliquer (...)**
3499	CL	[un relevé de QUOI... vous dites... madame ?
3500	OPA	**D'HERméticité... excusez-MOI...**

Observa-se que, enquanto em português o ponto de transição entre a sequência de abertura e o corpo da interação encontra-se nas perguntas de captação, as quais discutiremos logo mais[175], em francês, isso não ocorre necessariamente, uma vez que, como se pode notar em (49) e (50) (cf. supra), as próprias construções justificadoras desempenham esse papel. Esse evento se produz, via de regra, nas interações com particulares. O operador francês, nessas circunstâncias, tenta engajar o cliente por meio da apresentação de justificações dissimuladas, pois o objetivo transacional dessas operações de televendas é absolutamente camuflado. Porém, há casos em que essa dissimulação torna-se muito mais profunda, como nas interações que ocorrem com profissionais, pois, em geral, além de não terem consciência dos objetivos comerciais da ligação, 46,6% dos interlocutores tomam conhecimento da motivação do contato somente no corpo da interação. Desse modo, nesse contexto, a explicitação voluntária da justificação na sequência de abertura ocorre em 26,7% das interações; em outros 26,7%, o cliente assume o papel de regente e leva o operador a apresentar suas intenções logo de início.

[175] Cf. 4.2.2.2. As perguntas de captação

Nos casos em que omite seus propósitos na abertura, o operador mostra-se interessado na atividade profissional do comerciante em questão comportando-se como um possível cliente e, por meio de uma série de perguntas (cf. 4.2.2.2. As perguntas de captação), o engaja na interação, sem justificar seu contato.

Na maior parte das situações em que o operador apresenta, voluntariamente, a razão de sua ligação na sequência de abertura, há uma pré-configuração que, de certa forma, o favorece. Talvez o fato de já existir um acordo previamente assinado entre a empresa que representa e a matriz à qual os comerciantes solicitados são afiliados o leve a tomar uma posição menos estratégica, pois se espera uma menor resistência da parte do cliente. Todavia, isso nem sempre ocorre, pois se propõe uma ação que tem por objetivo referenciar[176], ou seja, dar maior visibilidade, à empresa na *Internet*, o que envolve, de qualquer forma, custos. Em (51), o operador realiza somente uma apresentação institucional *(société X ((nom de l'entreprise))* e, logo em seguida, revela, sem desvios, a motivação de sua ligação - tratar de uma campanha de comunicação local - dado que é responsável pela implementação de um acordo firmado entre a empresa matriz do cliente e a sua.

(51) Diálogo 12

1544	CL	X ((nom d'une entreprise))... X ((prénom et nom du client)) à l'appareil...
1545		bonJOUr...
1546	OP	bonjour monsieur X ((nom du client))... société X ((nom de l'entreprise))...
1547		euh**::... ben je tenais à vous... à vous... à vous joindre... aujourd'hul::...**
1548		**car j'suis en::: en charge du déploiement de l'accord-cadre qui a été**
1549		**conclu avec la X ((nom de l'entreprise cliente)) et euh:: la tête de**
1550		**réseau X ((nom de l'entreprise cliente)) et X ((nom de l'entreprise))**
1551		**pour votre campagne de communication loCAle...** et::: donc j'sais pas
1552		si vous êtes un petit peu informé:: à ce sujet-là::... si vous avez reçu un mél
1553		d'information...

É evidente que, nesse excerto, dadas as condições acima mencionadas, o operador é muito menos estratégico. Não se observa, pois, nessa construção justificadora, a presença de elementos persuasivos ou argumentativos. Há, no entanto, alguns mecanismos de polidez, como o desatualizador temporal pretérito imperfeito (je *tenais* à), que provoca um maior distanciamento em relação à situação de enunciação e, ainda, a voz passiva (l'accord-cadre qui *a été conclu*), que

[176] O referenciamento *Web* tem por objetivo aumentar o número de acessos em determinado site via um conjunto de métodos e estratégias para se obter um melhor posicionamento nos resultados dos sites de busca.

promove um menor engajamento dos sujeitos envolvidos nessas ações, ambos, portanto, atenuadores.

Na quase totalidade das outras interações francesas, como mencionado há pouco, os clientes passam a ter conhecimento do propósito da ligação somente no corpo do diálogo. Todavia, em alguns casos[177], revertem a situação e levam o operador a expor o seu objetivo já de início, como em (52), em que o cliente não responde ao pedido da operadora *(c'est:: pour le gérant... s'il vous PLAÎt)* e indaga-lhe, diretamente, a respeito de suas atividades *(qu'est-ce que vous FAItes madame ? allô ?)*. Ao responder, a agente destaca, estrategicamente, sua parceria com a *Google*, empresa de renome no mercado e, em seguida, afirma que sua função consiste em encaminhar novos clientes para empresas que façam entrega em domicílio ou encomendas, atividade em que o cliente enquadra-se perfeitamente (*on est partenaires Google oui... c'est pour vous rediriger de nouveaux cliENts... euh:: pour la partie des livraisons:: ou service traiteur)*. A combinação desses fatores leva o profissional a engajar-se na interação e a alinhar-se, imediatamente, aos propósitos da operadora, como se verifica na linha 2154 *(on fait de la livraiSOn).*

(52) Diálogo 18

2140 CL A::llô ?
2141 OPA a/ oui::... bonjour...
2142 CL oui oui...
2143 OPA [c'est la société X ((nom de l'entreprise))... **c'est:: pour le gérant... s'il**
2144 **vous PLAÎt...**
2145 CL **qu'est-ce que vous FAItes madame ? allô ?**
2146 OPA **on est partenaires Google oui... c'est pour vous rediriger de**
2147 **nouveaux cliENts... euh:: pour la**
2148 CL [oui...
2149 OPA **[partie des livraisons:: ou service**
2150 **traiteur...** vous:: est-ce que vous faites::... de la livraison ?
2151 CL [vous êt/ vous êtes partenaire de
2152 Google ?
2153 OPA ouI::...
2154 CL **on fait de la livraiSOn**...

O redirecionamento de novos clientes bem como a declaração de que existe uma demanda de clientela, especificamente, no setor de atuação do profissional

[177] D16, D18,D29 e D30.

configuram-se como as justificações[178] mais recorrentes (60% dos casos) apresentadas pelos operadores para persuadir esses clientes a aceitar sua proposta.

De forma menos expressiva, em 13,3% das ligações, os operadores franceses buscam envolver os clientes propondo-lhes a realização de um projeto em parceria que envolve, até mesmo, investimentos de sua parte, como em (53):

(53) Diálogo 28

3714	CL	allô::?
3715	OPA	oui bonjour monsieur... X ((nom/téléopératrice)) de la société ((nom de
3716		l'entreprise)) est-ce que j'pourrais m'adresser au gérant s'il vous plaît ?
3717	CL	oui... c'est moi...
3718	OPA	super... alors voilà**... je vous conTActe dans le cadre d'un partenariat**
3719		**on cherche à investir:: euh:: dans un plan de communication**... euh::
3720		avant d'aller démarcher nos futurs clients... pour qu'on puisse faire nos
3721		PREUves [...]

No que se refere à segunda categoria de interlocuções sob análise em língua francesa, a saber, as ligações de segundo contato, duas situações são evidenciadas: a confirmação da visita de um técnico e, ainda, uma nova tentativa para convencer o cliente a participar da ação proposta, ambas relacionadas à questão de economia de energia. Assim como ocorre em português, como já existe uma história conversacional, em ambos os casos, os clientes expressam seu desacordo logo no início da interação. Nesse sentido, os recuperaremos, posteriormente, a fim de discutir a respeito das modalidades de negociação[179] delineadas a partir dessa relação de forças que envolve o cliente e o operador (cf. D3 e D14, Anexo B).

A presença de elementos falaciosos nas construções justificadoras se produz em português, bem como em francês, como vimos. Porém, nas interações francesas, como dissimula-se o objetivo comercial das ligações de televendas na sequência de abertura, o emprego de mecanismos de persuasão nas justificações é ainda mais acentuado. Em suma, dentre os mais convocados, há a ênfase dada à amplitude da ação proposta pelo operador, que implicaria, supostamente, um

[178] Por exemplo : on a *des demandes des personnes qui cherchent vos prestations et on va les rediriger vers une entreprise de maçonnerie; demandes de clientèle pour de nouveaux chantiers* sur la ville de X ; nous cherchons trois garages sur X parce qu'on a *beaucoup de demande donc on cherche à qui on peut rediriger de nouveaux clients.*

[179] Cf. 4.3. As modalidades de negociação na sequência de abertura.

número considerável de pessoas[180] e, concomitantemente, a especificidade da mesma, uma vez que se destinaria a um público que atenderia, em princípio, a critérios[181] aos quais o cliente corresponde coincidentemente[182]. Além disso, enfoca-se a efemeridade[183] da ação, que é apresentada como oportunidade única, imperdível, a fim de levar o cliente a aderir, prontamente, aos objetivos do operador. Nota-se, igualmente, o uso de um vocabulário que enfatiza a gratuidade da proposta[184], sobretudo nas ligações em que se interage com particulares.

No tocante às interações com profissionais, destaca-se a utilização dos termos *partenariat/partenaires*[185] (parceria/parceiros) empregados em diferentes contextos: ora o operador apresenta uma empresa de renome no mercado como *partenaire* no intuito de conferir maior credibilidade à sua empresa e à sua ação; ora a própria empresa, personificada na voz do operador, propõe uma parceria com uma empresa-alvo, como em (53) (cf. infra). O mesmo evento se produz no *corpus* em português e, inclusive, efetua-se, em alguns casos, exatamente a mesma seleção vocabular, como *benefício*[186] e *parceria*[187].

Todavia, em francês, nas construções justificadoras, além de haver uma presença mais acentuada de mecanismos de persuasão verifica-se, ainda, alguns eventos de argumentação, o que não se produz em português nesse ponto da interação. Talvez isso ocorra porque, de um lado, parte das justificações francesas

---

[180] *chaque habitant chaque propriétaire* de la région; une campagne d'information *nationale*; je vous appelle *vous aussi;* j'appelle *tout le monde*; on doit passer informer *tous les propriétaires* au sujet de nos TOUt nouveaux programmes d'Aide; un relevé d'herméticité qui sera effectué chez *tous les propriétaires* de maison de plus de quinze ans.

[181] *puisque vous êtes toujours propriétaire X boulevard X ((adresse)), les gens retraités de X ((ville))*, une information sur la santé offerte *aux personnes de X ((ville)).*

[182] Sabe-se que, em geral, coincidências não existem em ligações de televendas, uma vez que as campanhas são direcionadas a um público previamente selecionado mediante a consulta de um banco de dados denominado *mailing*, ferramenta muito utilizada nesse domínio para a realização de *marketing* direto com consumidores e clientes.

[183] une information euh:: sur la santé offerte aux personnes de X ((ville)) *cette semai::ne*; *dans les prochaines quarante-huit HEUres...* il va y avoir un relevé d'herméticiTÉ, une campagne d'information qui est nationale là *en ce moment* sur X ((ville)).

[184] *bénéficier* de ce contrôle, *bénéficier* d'une information, *proposer* l'optimisation, *donner* des conseils, *prévenir*, *campagne* d'information, *programmes d'aide.*

[185] *partenaire Google;* nous faisons des comparatifs *en partenariat avec Engie... Totale... Direct Énergie;* je suis *pré-filiale de X ((nom de l'entreprise*)).

[186] hoje estou entrando em contato contigo X ((primeiro nome da cliente))... éh:: referente aí::... a *um:: benefício* que temos pra ti... né?

[187] eu fiz pra você um envio de *proPOSta... de parceria...* aí pro pessoal da X ((nome da empresa cliente)). Além da parceria amplamente divulgada, no corpo da interação, com o Consulado Americano *(*ele [o curso] tem *a parceria* com o cert/ com o consuLAdo america::no X ((nome da cliente))... ou se::ja... você vai receber um certifiCA::do que tem o selo de aprovaÇÃ::o de qualiDAde do PRÓprio consuLAdo.

tem a função de captação e, de outro, porque o operador brasileiro, de forma geral, vincula estrategicamente sua ligação a alguma experiência vivida anteriormente pelo cliente, o que lhe possibilita estabelecer uma nova relação a partir de vínculos previamente definidos. Isso se reverteria, pois, em um menor investimento discursivo de sua parte.

Assim, como algumas construções justificadoras francesas, além de justiticar o contato, têm o propósito de convencer, nota-se a presença de um discurso assertivo, convicto, e que coloca as estratégias de polidez a seu serviço, lhe conferindo, pois, um papel secundário. Os procedimentos de polidez mais empregados pelos operadores nessa circunstância são os substitutivos, como os desatualizadores verbais, em que se destacam os verbos no pretérito imperfeito[188], que atenuam o teor do enunciado ao provocar um distanciamento da ação em relação à situação de enunciação, assim como os procedimentos acompanhadores minimizadores do ato incursivo[189].

Da totalidade de ligações telefônicas que compõe o *corpus* brasileiro, somente em três casos verificou-se o engajamento do cliente mediante a apresentação de uma justificação. Em dois deles, como se tratava do segundo contato, as clientes, por já terem conhecimento prévio do tópico discursivo, ainda que não tenham interagido diretamente com o operador em questão na primeira ligação, assim que tomam conhecimento do motivo do telefonema, expressam sua objeção, como em (54) e (55):

(54) Diálogo 09

1166	CLE	a respeito do que::?
1167	OP	**é referente ao curso de inGLÊ::s... que eu tinha falado com ela**
1168		**anteriorMENte... aí de um CURso**
1169	CLE	**[É/**
1170	OP	**[que ela:: procurou pela interNE::t...**
1171		**fez o caDAS::tro...**
1172	CLE	**éh:: mas quando ela falou para mim que é pela InterNEt... eu não**
1173		**quero NÃo... [...]**

[188] *c'était* JUSte pour vous confirmer le passage du technicien demain à quinze heures; j'*étais* en train de chercher donc::: une agence de location automobile avec chauFFEUr; c'*était* dans la perspecti::ve... euh:: de vous faire bénéficier d'une informatiOn.

[189] c'est *juste* pour vous informer qu'on est de passage chez chaque habitant chaque propriétaire de la régiOn... pour une *p'tite* vérification au niveau de la consommation énergéTI::que; en fait monsieur... je me permets de vous appeler *simplement* pour vous passer une *petite* information.

(55) Diálogo 13

1835 OPA quem tá faLANdo é a vó do X ((nome do neto da cliente))? tudo BEM?
1836 aqui é a X... ((nome e sobrenome da operadora))... do X ((nome da
1837 plataforma)) da X ((nome da empresa parceira))... **é referente...**
1838 CLE [hum?
1839 OPA **[o curso de**
1840 **on::tem que eu fiquei de retornar ho::je...**
1841 CLE **ô ô::... ô minha linda... vo/ você me entenDE::u? mais... ele disse que**
1842 **não quer não... VI::u? ele quer**
1843 OPA [O:::i?
1844 CLE **[dentro de sala de au::la...**

Todavia, ambas acabam engajadas na interação.

Já, no terceiro caso, a operadora envolve, prontamente, a cliente na interação pelo intermédio de uma justificativa dissimulada, que se refere ao fato de ter sido contemplada com um *voucher* de desconto. No final de sua intervenção, a operadora faz uso do marcador de busca de aprovação discursiva (tá::?) ao qual a cliente alinha-se imediatamente (tá:::..).

(56) Diálogo 08

1029 OPA **X ((nome da cliente))... eu tô entrano em conTAto porque você foi**
1030 **contemplada com um <u>VOUcher</u> de desCONto... pra poder tá fazendo o**
1031 **curso de inglê::s... tá::?**
1032 CLE **tá::...**

Contudo, no *corpus* de língua portuguesa, com exceção desses três eventos, cabe às perguntas de captação engajar o interlocutor na interação. Em francês, há um maior equilíbrio em relação à divisão dessa função, dado que praticamente metade dos interlocutores são implicados pelas construções justificadoras, e a outra metade, por perguntas de captação. Nesse último caso, seja em português, seja em francês, as justificações preparam o cenário para a introdução dessas perguntas. Nesse sentido, nos debruçaremos, a seguir, sobre esse evento.

4.2.2.2. As perguntas de captação

No âmbito das interações de televendas, o par adjacente pergunta/resposta configura-se como a principal estratégia utilizada pelos operadores para envolver o cliente na interação. A pergunta é um ato de linguagem iniciativo, portanto, fundamentalmente dialogal: o operador, ao fazer uma pergunta ao cliente, lhe dá voz, o leva a se expressar. A esse respeito, Plantin (1991, p. 78) declara que "antes de ser um meio de pedir informação, se for um, a pergunta é um mecanismo discursivo de transferência da fala; uma boa maneira de conseguir alguém para conversar é lhe fazer uma pergunta[190]".

Dessa forma, há a presença de perguntas ao longo de toda a interação, com menor frequência, evidentemente, na sequência de encerramento. Todavia, decidimos nomeá-las, especialmente, nesse ponto da interação, de perguntas de captação devido à sua relevância para a realização da interação, pois será a primeira ocasião em que se dará voz ao interlocutor após a explicitação dos propósitos da ligação, o que as posicionam no limiar da sequência de abertura e do corpo da interação.

Da totalidade de ligações telefônicas que compõe o *corpus* brasileiro, somente nos três casos acima discutidos não se atestou a presença de perguntas de captação, introduzidas no discurso, em geral, logo após as construções justificadoras. Como o objetivo primordial dessas questões é engajar, efetivamente, o cliente na interação, 75% delas são de natureza direta total, ou seja, restringem a resposta a uma confirmação ou negação. Assim, o operador evita as perguntas diretas parciais, que deixam o interlocutor mais livre para desenvolver reflexões e podem levar, mais facilmente, ao fim da interação.

Isso não significa, no entanto, que não há a presença de perguntas diretas parciais em nossos dados, mas que seu uso é restrito, uma vez que representam somente 18% dos casos. Porém, como são sempre realizadas logo após uma pergunta total, seu efeito seria somente paliativo, pois, ainda que aponte para uma maior liberdade de expressão do cliente, na prática, isso não se confirma, dado que

[190] “avant d’être un moyen de quêter de l’information, si elle en est un, la question est un mécanisme discursif de transfert de parole ; une bonne façon d’obliger quelqu’un à parler, c’est de lui poser une question.”

todos os clientes respondem somente à primeira pergunta, ou seja, à total, ignorando, assim, a pergunta parcial, que teve, portanto, seu valor anulado. A esse respeito, segue (64):

(57) Diálogo 02

0125	OP	tudo bem contigo... X ((nome da cliente))?
0126	CLE	tu::do...
0127	OP	que ótimo X ((nome da cliente))... eu tô ligando pra você::... referente ao
0128		caDAStro que você fez na InterNEt para receber informações do nosso
0129		curso de inGLÊs... **e aí você já achou alguma esCO::la? já tá**
0130		**estudando inGLÊs? como é que TÁ::?**
0131	CLE	nã::o... ainda nã::o...

Ao observarmos as linhas 0129 e 0130, encontramos, logo após a explicitação da justificativa, duas perguntas diretas totais *(e aí você já achou alguma esCO::la? já tá estudando inGLÊs?***)** e uma parcial *(como é que TÁ::?).* Todavia, a resposta da cliente *(nã::o... ainda nã::o)* pode ser relacionada somente às duas primeiras perguntas, deixando a segunda em suspenso.

Nota-se, nesse excerto, que o operador tenta estabelecer uma relação de proximidade com a cliente*,* uma vez que o registro informal ocupa uma posição de destaque. O uso das expressões coloquiais *e aí*, *como é que tá?* nas perguntas de captação imprimem características de uma conversa de ordem privada, descontraída, íntima, à interação profissional, o que reforça a estratégia da conquista da cooperação do cliente pelo estabelecimento de uma relação de proximidade, o que dificultaria, pois, uma possível recusa de sua participação na interlocução. Parece evidente a preferência pelo uso coloquial da língua portuguesa nessas operações de televendas como um modo de se criar uma certa familiaridade com o cliente e implicá-lo mais facilmente na interação.

Porém, em alguns casos, os operadores brasilleiros, ainda que não seja sua modalidade favorita (7% dos casos), optam pelo uso de uma outra estratégia, as perguntas indiretas totais. Por serem menos incisivas, conferem maior poder de ação ao interlocutor e mitigam, desse modo, a ameaça à sua face. Observa-se essa escolha em (58), ocasião na qual a operadora contata o cliente pela segunda vez, o que exige, pois, maior prudência, além de estar interagindo com um profissional que se encontra em seu local de trabalho.

(58) Diálogo 01

0009	CL	recrutamento e seleção... X ((nome do cliente))...
0010	OPA	oi X ((nome do cliente))... bom dia... tudo BEm?
0011	CL	tudo ó::timo e você:::?
0012	OPA	perfeito... muito obriga::da X ((nome do cliente))... éh::: o meu nome é X
0013		((nome da operadora))... eu sou consultora educacional da X ((nome da
0014		empresa))... X ((nome do cliente))... éh::: na segunda-fe::ira... eu fiz pra
0015		você um envio de proPOSta... de parceria... aí pro pessoal da X ((nome da
0016		empresa cliente))... **aí eu queria verificar se você conseGUI::u receber**
0017		**o e-mail certi::nho... se você conseguiu avaliAr o <u>e-mail</u>...**
0018	CL	éh... nessa seGUNda?
0019	OPA	I::sso... foi aGOra no dia trin::ta...
0020	CL	tá...

Por se tratar da segunda incursão em território alheio, a operadora redobra a cautela ao efetuar uma pergunta ao possível cliente, o que se confirma nas linhas 016 e 017 (*aí eu queria verificar se você conseGUI::u receber o e-mail certi::nho... se você conseguiu avaliAr o e-mail*), em que recorre a um conjunto de estratégias de polidez em seu enunciado. Aliás, as perguntas indiretas reúnem a maior proporção de estratégias de polidez empregadas na sequência de abertura em português. Nesse sentido, em (58), o uso do enunciado preliminar *eu queria verificar*, por antecipar os objetivos do operador, diminui a força da incursão que representa uma pergunta ao território do interlocutor, o que se configura como estratégia de polidez; além do mais, o verbo que o integra está temporalmente deslocado – emprego do futuro do pretérito em vez do presente - o que suaviza sua ação, tornando-a menos contundente e determinada.

Ainda, há o uso das perífrases *conseguiu receber*, *conseguiu avaliar*, que também confere ao discurso da operadora um tom mais mitigado, uma vez que o verbo *conseguir* reduz a força ilocutória do enunciado ao proporcionar maior liberdade de ação ao cliente e, por conseguinte, menor obrigação, contribuindo, portanto, para a atenuação da pergunta feita pela atendente, sem contar, o uso do adjetivo *certinho*, atenuado pelo diminutivo.

Em (59), a operadora emprega uma estratégia de polidez similar (eu tô entrando em contato pra saber referente ao e-MAIl... *se você... conseguiu dar uma li::da...* né?*),* a saber, uma pergunta indireta total elaborada a partir de uma perífrase com o verbo *conseguir* - *conseguir dar uma lida*.

(59) Diálogo 10

1346 CLE oi?
1347 OPA alô::... boa TAR::de...
1348 CLE oi...
1349 OPA oi X ((nome da cliente))...
1350 CLE tudo bem?
1351 OPA tudo... é a X ((nome da operadora)) da X ((nome da empresa parceira))...
1352 tudo be::m?
1353 CLE oi:: tudo bem...
1354 OPA que BO:::m... X ((nome da cliente**))... eu tô entrando em contato pra**
1355 **saber referente ao e-MAIl... se você... conseguiu dar uma li::da... né?**
1356 o que que você acho::u... se ficou com alguma DÚvida...
1357 CLE ah::: sim... eu aTÉ respondi::...

A expressão *dar uma lida* parece menos contundente do que o verbo correspondente no infinitivo *ler*, pois soa como algo mais superficial, de importância reduzida e, portanto, que denota menor compromisso. Na passagem sob análise, o verbo *conseguir,* que pode ser definido como *tentar fazer alguma coisa*, introduz a expressão, o que suaviza ainda mais o enunciado protegendo, mais profundamente, a face do interlocutor. As locuções compostas pelo verbo *dar* associado a um artigo indefinido e a um substantivo feminino, formado a partir do particípio passado do verbo principal, como *dar uma olhada*, *dar uma pensada*, etc., empregadas no lugar de um verbo no infinitivo - *olhar, pensar* – talvez sejam mais frequentes no registro oral do que no escrito. Embora o uso de perífrases dessa natureza seja, em geral, negativamente avaliado, sendo, muitas vezes, considerado inadequado e desnecessário, talvez, a não aceitação dessas variantes possa ser fruto de uma falta de entendimento mais profundo dos fenômenos de polidez. O emprego, ao final da pergunta, da partícula discursiva de controle de contato *né?,* que busca o acordo da interlocutora, colabora, igualmente, para atenuar o enunciado.

O mecanismo de polidez verbal mais recorrente nas perguntas de captação indiretas totais, em português, são os desatualizadores temporais, dentre os quais se destacam o futuro do pretérito, como *eu queria*, *eu gostaria,* empregados em 75% das interações em que há a presença de questões dessa categoria. Todavia, como afirmamos há pouco, trata-se de um evento pontual, uma vez que o principal objetivo das perguntas de captação, em contexto brasileiro, é o de engajar o cliente na interação a partir da construção de uma relação de familiaridade, haja vista o uso limitado de perguntas indiretas em nossos dados.

No *corpus* francês, as perguntas de captação são empregadas pelos operadores em 53,3% das interações. Em 25% dessas ocorrências, estão antecedidas por uma construção justificadora, como em (60). Nota-se que, logo após a saudação e sua apresentação, a operadora justifica o contato e, no final de seu turno de fala, efetua uma pergunta a fim de envolver a cliente na interação.

Observa-se, igualmente, a presença de mecanismos de persuasão nas perguntas de captação. Em (60), além de fazer uso do advérbio *malheureusement*, a operadora altera o tom de voz e a entonação a fim de demonstrar que realmente importa-se com a condição de saúde da cliente. O uso do vocativo, ao final, também configura-se como uma tentativa de provocar certa proximidade, bem como uma tática atenuante para aproximar-se da interlocutora e suprir uma possível ameaça à sua face.

(60) Diálogo 05

0577 CLE oui...
0578 OPA a/ allô ?
0579 CLE oui...
0580 OPA madame X ((nom de la cliente)) ?
0581 CLE ouI::...
0582 OPA ouI::... bonJOUr... c'est madame X ((nom de la téléopératrice)) à
0583 l'appareil**... je vous aPPElle très rapidement... madame X ((nom de la**
0584 **cliente)) parce qu'il y a une information euh:: sur la santé offerte aux**
0585 **personnes de X ((ville)) cette semai::ne... euh je vous explique j'suis**
0586 **la secrétaire de madame X ((nom de la conseillère)) hein ? c'est une**
0587 **DAme de X ((ville))... elle est chargée de donner des conSEIls sur les::**
0588 **problèmes de soMMEil... mais surtout**
0589 CLE [oui...
0590 OPA [**sur les douleurs d'arthro::se... vous**
0591 **savez... le problè::me de dos...**
0592 CLE [oui:::...
0593 OPA [**par exemple... est-ce que malheureusement**
0594 **vous en souffrez vous madame X ((nom de la cliente)) ?**
0595 CLE j'suis/ je suis pas exceptionnelle HEin ?

Nos outros 28,3% dos casos, as perguntas de captação são empregadas de modo mais independente e, via de regra, apresentam-se em blocos, como em (61). A operadora faz uma rápida apresentação (*j'suis euh:: madame X ((nom de la téléopératrice)) de X ((nom de l'entreprise*)) e, ainda que informe o nome de sua empresa, conforme exige a norma, não emprega, em momento algum, o termo *société*, o que pode levar o cliente a não apreender que está interagindo com uma profissional. Assim, após confirmar a identidade do interlocutor, inicia seu processo

de captação realizando perguntas relacionadas à atividade comercial que desenvolve, às quais responde prontamente, pois, provavelmente, acredita tratar-se de uma possível cliente. Essa estratégia é amplamente explorada nas interações com profissionais, que passam a ter conhecimento dos propósitos da operadora somente no corpo da interação. Trata-se, pois, de uma sequência de abertura que inverte, estrategicamente, a estrutura lógica das ligações telefônicas em que, normalmente, o solicitador apresenta o motivo da ligação já no início da comunicação. Essa configuração faz do cliente um verdadeiro refém da situação, uma vez que não lhe são dadas condições para encerrar a ligação, afinal, como recusar algo do qual não se tem consciência?

(61) Diálogo 15

1828	CL	ouI:: ?
1829	OPA	ouI... bonjour...
1830	CL	bonJOUr...
1831	OPA	j'suis euh:: madame X ((nom de la téléopératrice)) de X ((nom de
1832		l'entreprise))... c'est bien monsieur X ((nom du client))? X ((prénom du
1833		client)) ?
1834	CL	ouI::... oui::...
1835	OPA	ravie monsieur... **euh:: vous aurez touJOUrs une entreprise de**
1836		**maÇOnnerie... n'est-ce pas monsiEUr ?**
1837	CL	ouI::... oui oui...
1838	OPA	très bien... **est-ce que vous accepTEz les particuliErs? en tant que**
1839		**chantiErs ?**
1840	CL	je fais QUE des particuliers moI...

Nota-se que ambas as perguntas são diretas e totais, o que confere um poder de ação reduzido ao cliente, pois lhe cabe responder, *a priori,* somente sim ou não. A presença do marcador de solicitação *n'est-ce pas* aliado ao vocativo *monsieur*, reforça esse caráter de determinação do enunciado. A polidez verbal se faz presente, mais uma vez, como facilitadora do processo interacional. Nesse caso, por meio do uso do futuro do pretérito (*vous aurez*), que desatualiza a ação e a atenua.

As perguntas de captação configuram-se, em francês, como a principal estratégia para implicar o cliente na interação, assim como ocorre em português. Em ambas as línguas, a categoria mais requisitada é a pergunta direta total. Em francês, não houve ocorrências de perguntas diretas parciais, ao passo que em português, essa foi a segunda categoria mais recorrente. As perguntas indiretas totais foram as menos expressivas em nossos dados.

A presença de mecanismos de polidez nas perguntas de captação em francês é escassa, sobretudo no que se refere às diretas totais. Todavia, nas perguntas indiretas totais que, em si, já se configuram como enunciados atenuados, uma vez que são menos invasivas do que as perguntas diretas, houve maior ocorrência de eventos de polidez, assim como se verificou em português, com destaque para as expressões de fingimento de incerteza (mais bon *je sais pas si* c'est votre cas), que matizam a opinião do falante e conferem uma menor ameaça ao território alheio, e para o desatualizador verbal pretérito imperfeito (et ma question *était* de savoir si vous *étiez* sensible au fait de:: de... produire et de consommer votre propre énergie électrique).

A esse respeito, em (69), logo após o uso do marcador de encadeamento discursivo (*et donc),* o operador introduz uma pergunta indireta total em que explora uma série de mecanismos de polidez. Inicialmente, faz uso de um enunciado que expressa incerteza (*j'sais pas si*), além de empregar um modificador externo (un *peu)* acompanhado pelo adjetivo *petit (un petit peu)*, ambos quantificadores minimizadores que atenuam a pergunta do operador, pois reduzem o nível informacional exigido.

(62) Diálogo 12

1544	CL	X ((nom d'une entreprise))... X ((prénom et nom du client)) à l'appareil...
1545		bonJOUr...
1546	OP	bonjour monsieur X ((nom du client))... société X ((nom de l'entreprise))...
1547		euh::... ben je tenais à vous... à vous... à vous joindre... aujourd'hul::... car
1548		j'suis en::: en charge du déploiement de l'accord-cadre qui a été conclu
1549		avec la X ((nom de l'entreprise cliente)) et euh:: la tête de réseau X ((nom
1550		de l'entreprise cliente)) et X ((nom de l'entreprise)) pour votre campagne
1551		de communication loCAle... **et::: donc j'sais pas si vous êtes un petit**
1552		**peu informé:: à ce sujet-là::... si vous avez reçu un mél**
1553		**d'information...**
1554	CL	non... excusez-moi ( ) excusez-moi mais je reçois tellement de méls que
1555		parfois je:::...
1556	OP	[oui..
1557	CL	[je je survole un petit peu les choses... très honnêtement oui...

Além das perguntas de captação e das construções justificadoras, os operadores franceses tentam engajar o cliente na interação mediante a realização de pedidos, presentes em 14,3% dos enunciados, eventos que não se produziram em português. Assim como ocorre com as perguntas indiretas totais, as estratégias

de polidez atuam na totalidade dessas ocorrências. Atesta-se, como caso mais expressivo, o uso da fórmula de polidez *s'il vous plaît* (por favor).

Em (63), a operadora emprega a expressão atenuadora *s'il vous plaît* (por favor) a fim de mitigar o verbo *souhaiter* (desejar), que manifesta um desejo de realização, o que pode configurar-se como uma ameaça à face da interlocutora, e ainda, no final do enunciado, reitera a mesma fórmula de polidez acompanhada pelo pronome de tratamento *madame* (senhora), que denota deferência. Nessa circunstância, *s'il vous plaît* tem a função de suavizar a imposição do pedido como um todo.

(63) Diálogo 30

3990	CLE	X ((nom d'une entreprise))... bonJOUr...
3991 3992 3993 3994	OPA	oui... bonjour maDA::me... X ((nom et prénom de la téléopératrice)) de la société X ((nom de l'entreprise))... **je souhaite s'il vous plaît... être mise en relation avec le directeur de cabinet ou un des gestionnaires qui gèrent le standing de copropriété... s'il vous plaît madame...**

Embora se tenha evidenciado as estratégias mobilizadas pelos operadores brasileiros e franceses a fim de desconstruir o dissenso inicial que envolve as ligações de televendas, desconhece-se, ainda, os efeitos desses procedimentos sobre os clientes, afinal, suas reações, reveladoras de sua adesão ou rejeição, não foram ponderadas.

Nessa perspectiva, avaliar-se-á, nesse momento, com base nos *feedbacks* enunciados pelos clientes, a efetividade das estratégias de incursão exploradas pelos operadores na sequência de abertura. Assim, buscar-se-á respostas aos seguintes questionamentos: os operadores desconstruíram o dissenso que preexiste às operações de televendas? Quais modalidades de negociação foram constituídas nessa relação entre operador e cliente?

4.3. As modalidades de negociação na sequência de abertura

O objetivo desse tópico é avaliar se os operadores envolvidos nas operações de televendas obtiveram resultados positivos ou negativos no que se refere ao engajamento do cliente na interação. Consideramos engajado o cliente que passou

pela sequência de abertura e alcançou o corpo da interação, o que independe da natureza de sua reação, que será delineada a partir do jogo interacional construído entre os interactantes.

O operador e o cliente, nesse processo de co-construção discursiva e interacional constituem, conjuntamente, diferentes modalidades de negociação, a saber, espontânea, ideal ou conflituosa, a depender das relações de força e das posições de liderança estabelecidas entre ambos no decorrer da sequência de abertura. Considera-se como modalidade de negociação espontânea aquela em que não houve a produção de dissensos, a ideal, em que houve dissensos, mas que foram neutralizados mediante a realização de negociações conversacionais e, por fim, a conflituosa, aquela em que os dissensos não foram desconstruídos.

No que tange às interações brasileiras, as estratégias mobilizadas pelos operadores de televendas tiveram efeitos positivos, pois todos os clientes foram engajados na interação. Contudo, diferentes modalidades de negociação delinearam-se a partir do jogo interacional constituído entre os interactantes ao longo das aberturas.

Nesse sentido, em 88,2% das ligações telefônicas em português os clientes foram engajados na operação de televendas sem a produção de dissensos, ou com uma produção mínima. Assim, a modalidade de negociação dominante nas sequências de abertura em contexto brasileiro é a de natureza espontânea, o que significa que a interlocução realiza-se em um tom amistoso e não há, ou há minimamente, a presença de negociações conversacionais.

O operador atinge, assim, seu objetivo interacional sem encontrar resistência da parte do cliente, que se alia, voluntariamente, às suas propostas, ou seja, abandona sua disposição inicial de dissenso e adere ao discurso do atendente que, nesse momento da interação, ocupa o papel do ganhador, pois foi capaz de reger a interlocução a seu favor. Consideramos (64) o exemplo prototípico, nas ligações em português, da modalidade de negociação espontânea:

(64) Diálogo 11

1529	CLE	alô?
1530	OPA	alô... por favor... X ((nome da cliente))?
1531	CLE	isso mes::mo...
1532	OPA	oi X ((nome da cliente))... meu nome é X ((nome da operadora))... eu sou
1533		consultora do X ((nome da plataforma))... tudo BEm?
1534	CLE	tudo jóia...

1535	OPA	que bom... X ((nome da cliente))... eu tô entrando em conta::to referente a
1536		um/ uma condição especial no curso de inglês da X ((nome da empresa
1537		parceira))... atualmente você tem algum conhecimento em inGLÊ::s?
1538	CLE	**não...**

A resposta dada pela cliente à pergunta de captação efetuada pela operadora sinaliza sua aceitação em dar prosseguimento à interação de modo espontâneo. A propósito, a construção justificadora associada a uma pergunta direta total, conforme se evidencia no diálogo em questão, configura-se como a estratégia mais eficiente para engajar o cliente brasileiro na interação de maneira harmoniosa.

Essa disposição à cooperação pode ser constatada, igualmente, se forem observados as mecanismos interacionais mobilizados pelos interlocutores. Desse modo, no decorrer de todas as sequências de abertura em português, houve somente quatro eventos de sobreposição de vozes e um assalto de turno, o que aponta para uma harmonia interacional. De forma geral, na modalidade de negociação espontânea, o operador necessita de 3,3 turnos de fala para engajar o cliente na interação, o que leva, em média, 36 segundos.

De acordo com nossa análise, três interlocuções apresentaram um nível mínimo de dissenso na abertura, o que corresponde a 17,6% dos casos. Como os operadores reverteram, prontamente, a orientação da interação, uma vez que os descompassos produziram-se no nível do signo, e não houve o estabelecimento de uma divergência efetiva, consideramos essas ligações como sendo de natureza espontânea. Afim de ilustrar os ajustes discursivos efetuados pelos operadores, discutiremos cada evento a seguir.

Em (65), a divergência se produz pelo modo como a operadora formula sua pergunta (*aí eu gostaria de saber se você já começou fazer o cur::so*), o que leva a cliente a entender que a intenção da co-enunciadora é obter informações a respeito de um curso que ela já tenha, possivelmente, iniciado. A cliente busca, então, precisões sobre o curso (*curso de inglês da X* ((nome da empresa))?) e declara não saber do que se trata (*eu não tô saBENdo disso... moça*), enunciado que procura atenuar, uma vez que representa um ataque à face da operadora, com o uso da perífrase *estar + gerúndio do verbo saber,* conferindo maior subjetividade à sua colocação, além do emprego do vocativo *moça*, tática atenuante que se configura como uma tentativa de se aproximar da interlocutora e suprir um possível ataque à sua imagem. Assim, a operadora busca anular o mal-entendido reformulando sua

pergunta a fim de evitar a possibilidade de ruptura da comunicação (*eu tô perguntano se você já começou fazer algum curso de inGLÊs*). A reação da interlocutora assinala a resolução do desacordo (*AH não... ainda não*) e sua disposição em continuar o diálogo.

(65) Diálogo 04

0376	OPA	eu tô entrando em contato com você pra falar referente a um curso de
0377		inGLÊs... aqui da X ((nome da empresa)) **e aí eu gostaria de saber se**
0378		**você já começou fazer o cur::so...**
0379	CLE	**curso de inglês da X ((nome da empresa))?**
0380	OPA	**I::sso...**
0381	CLE	**eu não tô saBENdo disso... moça...**
0382	OPA	**eu tô perguntano se você já começou fazer algum curso de inGLÊs...**
0383	CLE	**AH não... ainda não...**

Em (66), é a apreciação do referente que leva à produção de uma indisposição entre as interactantes. A operadora afirma que o motivo de seu contato seria um curso efetuado pela cliente há um *tempinho* na plataforma digital em questão, o que provoca a objeção imediata da ex-cliente (*não... há mu::ito tempo... eu fiz um cursinho no X ((nome da plataforma))... mu::ito tem::po*). Ela destaca, pelo prolongamento de sílabas e pela repetição, o signo que julga mais adequado (*mu::ito tem::po)* à circunstância.

É evidente que a operadora teve a intenção de minorar, pelo uso do diminutivo, a noção temporal a fim de reforçar o vínculo da cliente com a empresa, conexão que refuta, imediatamente, posicionando-se em sentido completamente oposto. Assim, tenta desconstruir a justificativa da operadora por meio de um jogo de intensificação e desvalorização dos termos por ela mencionados: ao mesmo tempo em que atualiza o enunciado intensificando a noção de passagem de tempo por meio do advérbio *muito* (há *mu::ito* tem::po [...] *mu::ito* tem::po), por sinal, reforçado pela reiteração, a cliente confere o status de *cursinho* à formação que efetuou na plataforma (eu fiz *um cursinho* no X*)*, o que diminui o nível de importância da ação pela depreciação do curso realizado. Nesse caso, o diminutivo perde o valor de atenuador e transforma-se em um mecanismo desqualificador.

A atendente, por sua vez, não se opõe às contestações da ex-cliente; ao contrário, para harmonizar a situação, expressa concordância e busca abrandar o impasse por meio de um riso que, embora desconcertado, preserva o seu valor atenuador *(i::sso...((riso desconcertado)).* Ela logo o articula com uma pergunta

didática a partir da qual introduz maiores precisões sobre as motivações de sua ligação (*éh o que que acontece X ((nome da cliente))?).*

No intuito de conquistar a colaboração da interlocutora, em vez de tentar vinculá-la à empresa, como fez inicialmente, a atendente muda de estratégia: ela mesma une-se à organização. Ao observarmos os pronomes e os verbos utilizados *(a gente* entrou em contato; *estamos* entrando em contato com *nossos* alunos E ex-alunos... para disponibilizar o *nosso* novo curso de inGLÊ::s), essa unificação é facilmente evidenciada, como se a atendente realmente fosse parte integrante da empresa, o que não é o caso. De qualquer forma, essa união parece ter concedido maior legitimidade ao seu discurso, pois agora ela é a voz da empresa da qual a interlocutora já foi cliente.

Além disso, apresenta sua justificativa e seus objetivos sempre procurando estabelecer uma aliança com a interlocutora por meio da utilização das partículas discursivas de controle de contato (*né? tá?*). Encerra seu turno efetuando uma pergunta direta total de ordem secundária *(atualmente a senhora:: tá fazendo algum CUR::so... alguma faculDA::de?)*, pois seu conteúdo não tem relação intrínseca com a finalidade da interação, o que ressalta sua natureza puramente estratégica para reter a interlocutora na ligação. Aliás, essa técnica de desfocalização é amplamente explorada pelos operadores brasileiros nas perguntas de captação. As táticas de polidez, como a forma de tratamento *senhora*, que sinaliza uma relação de deferência, bem como o quantificador aproximativo *algum(a),* que minimiza a intenção do enunciador, são, mais uma vez, requisitadas, o que confere maior leveza à indagação. A interação, então, é reequilibrada e retoma seu curso, uma vez que a cliente, por sua resposta, indica sua disposição em dar continuidade à comunicação.

(66) Diálogo 14

2046	OPA	[...] éh:::... X ((nome da cliente)) eu tô ligando... referente a **um curso** que
2047		a senhora fez há **um tempinho** atrás lá no X ((nome da plataforma))... a
2048		senhora se LEM::bra?
2049	CLE	não... há **mu::ito tempo**... eu fiz um **cursinho** no X ((nome da
2050		plataforma))... **mu::ito tem::po...**
2051	OPA	**i::sso...((riso desconcertado)) éh o que que acontece X ((nome da**
2052		**cliente))?** como a X ((nome da empresa parceira)) se uniu agora com o X
2054		((nome da plataforma))... **a gente** entrou em conTAto... **né? estamos**
2055		entrando em conTAto com os **nossos** alunos E ex-alunos... para
2056		disponibilizar o **nosso** novo curso de inGLÊ::s... **tá::? atualmente a**
2057		**senhora:: tá fazendo algum CUR::so... alguma faculDA::de?**

2058 CLE **não...**

Já, em (67), ao ser indagado a respeito de seus estudos, o cliente enuncia uma resposta não preferida (*sim... já achei JÁ)*, o que faz com que o operador reaja com certa surpresa (AH) e, ainda que tenha buscado maiores precisões a respeito do fato, ensaie uma despedida - linha 2207 (*ah:: si::m... Ah tudo bem então*). Porém, ao perceber que a afirmação inicial do cliente é parcialmente exata, pois, embora tenha encontrado uma escola, resposta condizente com a pergunta efetuada (*e aÍ você já achou alguma esCO::la*?), ainda não efetivou sua matrícula, o operador dá prosseguimento à interação e inicia um processo persuasivo a fim de sustentar a seguinte declaração: *eu tenho a solução perfeita pra você::... somos nós aqui MESmo... né?*

Acreditamos que o conjunto de perguntas de captação realizado pelo operador tenha colaborado para a instauração do mal-entendido (*e aÍ você já achou alguma esCO::la? já tá estuDAN::do? como é que TÁ::?*) pois, como se trata de três questões, via de regra, o interlocutor responde à primeira e desconsidera as demais, uma vez que precisa ser seletivo devido ao grande volume de informações. Se o operador efetuasse as perguntas isoladamente, talvez tivesse evitado esse desencontro informacional, pois o cliente responderia a cada uma delas e traria esclarecimentos que anulariam o desentendimento.

(67) Diálogo 15

2198 OP [...] eu sou o X ((nome do operador))... consultor acadêmico da X ((nome
2199 da empresa))... estou ligando para ti X ((nome do cliente))... referente ao
2200 caDAStro que você fez na InterNEt para receber informações do nosso
2201 curso de inglê::s... **e aÍ você já achou alguma esCO::la? já tá**
2202 **estuDAN::do? como é que TÁ::?**
2203 CL **sim... já achei JÁ...**
2204 OP **AH você tá estudano com QUAl escola HO::je?**
2205 CL **na:::... na X ((nome da empresa concorrente))... amanhã mesmo eu**
2206 **estarei indo LÁ... NÉ?**
2207 OP **ah:: si::m... Ah tudo bem enTÃo...**
2208 CL **[eu já marquei**
2209 OP **e/ entendi...**
2210 CL [**eu já marquei lá JÁ... na::... X ((localização))...**
2211 OP [**você não se matriculou alNda X ((nome do**
2212 **cliente))?**
2213 CL **Oi?**
2214 OP **você já... já tá matricuLAdo com E::les ou ainda NÃ::o?**
2215 CL **NÃo ainda NÃo... eu vou DAr uma olhada LÁ... vê como é que é... NÉ?**
2216 OP **Ah::...entendi... X ((nome do cliente))... eu tenho a solução perfeita pra**

2217 **você::... somos nós aqui MESmo... né? [...]**

Embora os operadores não tenham enfrentado, em geral, grandes embates para engajar o cliente na interação em contexto brasileiro, uma vez que o perfil comunicativo evidenciado foi, na maior parte dos casos, colaborativo, houve, em circunstâncias pontuais, a manifestação de desacordos efetivos entre os co-enunciadores durante a sequência de abertura. Esses eventos ocorreram em ligações em que o operador realizava o segundo contato e o dissenso produziu-se por divergência de interesses, não mais, portanto, no nível do signo, mas no discursivo. Coincidentemente, em ambos os casos, a primeira ligação ocorreu com outros alocutários, respectivamente, filha e neto das participantes das ligações em questão. Desse modo, a interação já tem um passado, há uma "história conversacional[191]"(cf. GOLOPENTJA, 1988, p. 69) que enlaça todos os interlocutores e a partir da qual uma nova interação ressurge.

Nessa perspectiva, é justamente o acesso a essa história conversacional que possibilitou às interagentes antecipar-se e apresentar suas objeções logo de início. Em (68) (cf. infra), por exemplo, assim que o operador apresenta o tópico discursivo, a interlocutora tenta assaltar seu turno (*É/*) para introduzir a objeção. Porém, o atendente o resguarda intensificando sua entonação (eu tinha falado com ela anteriorMENte... aí de um *CURso)*, o que provoca a não efetivação do desejo da cliente que, em sua próxima intervenção, não hesita em expressar a refutação *(éh:: mas quando ela falou para mim que é pela InterNEt... eu não quero NÃo... eu falei pra ela que::: ( )).*

O atendente, por sua vez, assalta o turno da cliente e tenta reorientar o discurso a fim de transformar o desacordo em cooperação. Para tanto, reinicia, estrategicamente, a sequência de apresentação, o que os distancia do dissenso, e reaproxima-se de maneira solícita (*ahn:::... com quem eu FA::lo? qual o seu nome... por faVOR*::?), valendo-se, a propósito, dos rituais de polidez (primeiramente, a

[191] Sandra Golopentja (1988), ao introduzir a noção de "história conversacional" afirma que cada interação é um episódio de uma unidade mais vasta, a sucessão das interações que já ocorreram entre os interactantes. Já, Robert Vion (1992, p. 99) amplia essa noção e a define como "la totalité des interventions auxquelles [un individu] a participé ou assisté" (a totalidade das intervenções das quais [um indivíduo] participou ou assistiu).

apresentação, depois, a conversação), além de empregar a expressão *por favor* para atenuar sua pergunta.

Em seguida, após sua apresentação, o operador dá voz, finalmente, à cliente por meio de uma pergunta direta parcial (*POR que não é intereSSANte... X ((nome da cliente))... a/ E.A.D.?).* Nota-se, na elaboração dessa questão, a presença de táticas discursivas que têm função atenuadora, a saber, a litotes (*não é interessante)*, que mitiga o sentido das palavras e suaviza as expressões do discurso, e o vocativo, que se configura como uma tentativa de aproximação da interlocutora. Todavia, é pelo intermédio da sigla E.A.D. (Educação à distância), que não faz parte, provavelmente, do vocabulário da cliente, dado que apresenta uma resposta não preferida (UHUm), que o operador a envolve na interação, pois, nesse episódio, sua incompreensão o coloca em uma posição superior.

Desse modo, o atendente reverte o dissenso, que poderia colocar a interação em risco, e mantém a cliente engajada na interação. Como a negociação conversacional instaura-se já no princípio da ligação telefônica, os limites da sequência de abertura e do corpo da interação confundem-se nesse caso.

(68) Diálogo 09

1164	OP	eu sou X... ((nome do operador)) consultor acadêmico da X ((nome da
1165		empresa))...
1166	CLE	a respeito do que::?
1167	OP	é referente ao curso de inGLÊ::s... que eu tinha falado com ela
1168		anteriorMENte... aí de um CURso
1169	CLE	**[É/**
1170	OP	[que ela:: procurou pela interNE::t... fez o
1171		caDAS::tro...
1172	CLE	**éh:: mas quando ela falou para mim que é pela InterNEt... eu não**
1173		**quero NÃo... eu falei pra ela que:::( ) (...)**
1174	OP	**[ahn:::... com quem eu FA::lo?**
1175	CLE	**com a mãe DE::la...**
1176	OP	**qual o seu nome... por faVOR::?**
1177	CLE	**X ((nome da cliente))...**
1178	OP	**X ((nome da cliente)) eu sou o X ((nome do operador))... consultor**
1179		**acadêmico aqui da X ((nome da empresa))... POR que não é**
1180		**intereSSANte... X ((nome da cliente))... a/ E.A.D.?**
1181	CLE	**UHUm...**

Em (69), como se trata, igualmente, do segundo contato e a cliente já conhece o teor da interação, pois é evidente que foi informada a esse respeito pelo interlocutor anterior, ela refuta, imediatamente, a proposta da operadora e justifica sua decisão (*ô ô::... ô minha linda... vo/ você me entenDE::u? mais... ele disse que*

não quer não... VI::u? ele quer dentro de sala de au::la). É interessante observar as estratégias de atenuação das quais faz uso: introduz sua intervenção empregando o vocativo *ô minha linda*, o que denota uma tentativa de estabelecer intimidade e aproximação, uma vez que o uso da forma vocativa *meu/minha + adjetivo ou substantivo* acentua o valor de aproximação ou intimidade entre os participantes da interação; em seguida, efetua uma pergunta didática que expressa uma "possível" falta de entendimento da parte da operadora, o que suaviza o enunciado, e apresenta a objeção acompanhada pela partícula discursiva de controle de contato *viu?*, que procura o consentimento do interlocutor, seguida, ainda, de uma construção justificadora.

(69) Diálogo 13

1829	CLE	alô?
1830	OPA	alô... boa TARde... por gentileza... o X ((nome do neto da cliente))?
1831	CLE	é a vó do X ((nome do neto da cliente)) ((3'')))... é a vó do X ((nome do neto
1832		da cliente))... pode falar...
1833	OPA	o:::I?
1834	CLE	pode faLA::r...
1835	OPA	quem tá faLANdo é a vó do X ((nome do neto da cliente))? tudo BEM?
1836		aqui é a X... ((nome e sobrenome da operadora))... do X ((nome da
1837		plataforma)) da X ((nome da empresa parceira))... é referente...
1838	CLE	[hum?
1839	OPA	[o curso de
1840		on::tem que eu fiquei de retornar ho::je...
1841	CLE	**ô ô::... ô minha linda... vo/ você me entenDE::u? mais... ele disse que**
1842		**não quer não... VI::u? ele quer**
1843	OPA	[O:::i?
1844	CLE	[**dentro de sala de au::la...**

A objeção introduzida pela cliente faz com que a operadora inicie uma sequência argumentativa no intuito de desfazer o dissenso e convencê-la a aderir às suas propostas. Assim, para defender o fato de que o curso à distância é o ideal para as necessidades do neto da interlocutora, destaca que, nessa modalidade de ensino, também há a sala de aula com professor disponível, ressalta o alto custo dos cursos presenciais e, ainda, salienta que não possuem parceria com o Consulado americano, o que sinalizaria sua qualidade inferior, além de mencionar que o garoto perderá a oportunidade de ter dois cursos. A operadora pergunta, então, qual foi a dúvida apontada pelo neto da interlocutora. Porém, diante das premissas apresentadas, a cliente alinha-se imediatamente aos propósitos da atendente, como

se pode verificar na linhas 1862 e 1863 (*NÃo... não não ele não tem dúvida não... eu quero saber... como é o pagaMENto? é no cartã:::o..?).*

(70) Diálogo 13

1846 CLE ele disse que ele não QUEr fazer esse CUR::so...
1847 OPA **[ele vai PERder a**
1848 CLE [ele quer fazer em sala de
1849 OPA [**oportuniDAde**
1850 CLE [AU
1851 ::la...
1852 OPA [**de ter... DO::is CUR::sos...**
1853 CLE [em sala de AU::la...
1854 OPA [**MAis MAis tem a sala de AUla tamBÉM::...**
1855 **mais ele vai ter o professor falando com ele...**
1856 CLE hum...
1857 OPA **e e em:: SAla de AUla... pra ele fazer um CURso... é mais de dois mil**
1858 **reAis...**
1859 CLE quanto é que é?
1860 OPA [**não tem parceria com o consulado ameriCAno**... qual foi a dúvida
1861 DE::le? que ele te::ve?
1862 CLE **NÃo... não não ele não tem dúvida não... eu quero saber... como é o**
1863 **pagaMENto? é no cartã:::o..?**

Observa-se que os alocutários, em ambos os diálogos em que houve dissenso, não se posicionam contra a operação de televendas em si, mas constroem a oposição apontando incompatibilidades entre as suas expectativas e as características do curso, como se pode observar nos dois excertos supracitados[192]. Há, portanto, uma suavização da oposição apresentada, pois, além de se referirem a aspectos pontuais, apresentam sempre uma justificativa. Trata-se, desse modo, de um evento de polidez na argumentação.

Consideramos que a negociação conversacional que se produziu nesses dois últimos diálogos delineou um tipo de negociação discursiva de natureza ideal unilateral. Ideal, pois, apesar da eclosão do desacordo, uma negociação conversacional produziu-se, o que permitiu a realização da interação e, unilateral, porque o único interactante a alterar sua posição inicial foi o cliente que, a princípio, manifestou resistência, mas foi, apesar disso, implicado na interação. O operador brasileiro, na modalidade de negociação ideal, necessitou, em média, de 4 turnos de fala para reverter o dissenso, o que efetuou em, aproximadamente, 54 segundos.

[192] (69) *mas quando ela falou para mim que é pela InterNEt... eu não quero NÃo*; (70) *ele disse que ele não QUEr fazer esse CUR::so... ele quer dentro de sala de au::la.*

Ao examinar-se as posições interacionais reveladas nas duas sequências de abertura em questão, pode-se dizer que se trata de uma negociação conversacional de tipo ganhador/perdedor, isto é, o operador, regente da interação, mobilizou estratégias que levaram o cliente a alinhar-se às suas intenções.

Não houve eventos referentes à modalidade de negociação conflituosa no *corpus* em português na sequência de abertura.

Já, em âmbito francês, verificou-se uma manifestação mais acentuada de dissensos, o que deu origem a uma maior frequência de eventos de negociação conversacional. Contudo, embora em alguns diálogos tenha se produzido uma atmosfera conflituosa, não houve ocorrências de recusa absoluta de comunicação, ou seja, nenhum cliente negou-se a interagir com o operador. Assim sendo, seja de modo mais harmonioso ou discordante, todos os clientes foram engajados na interação. Devido a esse jogo interacional mais intenso, produziram-se modalidades de negociação de natureza mais diversificada entre os interlocutores franceses, às quais discutiremos a seguir.

Em 66,7% das interações os operadores conquistaram a colaboração dos clientes sem a produção de dissenso, o que revela o predomínio da modalidade de negociação espontânea na sequência de abertura do *corpus* em francês, assim como em português. Além disso, a construção justificadora aliada a uma pergunta direta total também foi a estrégia mais empregada nesses casos. Segue (71):

(71) Diálogo 05

0577 CLE oui...
0578 OPA a/ allô ?
0579 CLE oui...
0580 OPA madame X ((nom de la cliente)) ?
0581 CLE ouI::...
0582 OPA ouI::... bonJOUr... c'est madame X ((nom de la téléopératrice)) à
0583 l'appareil... **je vous aPPElle très rapidement... madame X ((nom de la**
0584 **cliente)) parce qu'il y a une information euh:: sur la santé offerte aux**
0585 **personnes de X ((ville)) cette semai::ne... euh je vous explique j'suis**
0586 **la secrétaire de madame X ((nom de la conseillère)) hein ? c'est une**
0587 **DAme de X ((ville))... elle est chargée de donner des conSEIls sur les::**
0588 **problèmes de soMMEil... mais surtout**
0589 CLE [oui...
0590 OPA **[sur les douleurs d'arthro::se...**
0591 **vous savez... le problè::me de dos...**
0592 CLE [oui:::...
0593 OPA **[par exemple**... **est-ce que malheu-**
0594 **reusement vous en souffrez vous madame X ((nom de la cliente)) ?**
0595 CLE j'suis/ je suis pas exceptionnelle HEin ?

Nota-se, nos dados em francês, uma adaptação da estratégia de captação conforme o público-alvo, ou seja, os operadores, ao interagirem com profissionais, fazem uso, em geral, de perguntas diretas totais independentes, como em (72), e não de construções justificadoras + pergunta direta total, como em (71), interação que ocorre com uma particular.

(72) Diálogo 23

2988 CL allô...
2989 OPA ouI::... bonjour::...
2990 CL [oui...
2991 OPA oui...
2992 CL [bonJOUr...
2993 OPA [c'est madame X ((nom de la téléopératrice))... de X ((nom de
2994 l'entreprise))... en FAIt... VOUs vous faites le permis B::... on est d'accord...
2995 **mais est-ce que vous faites le permis:: voiture automatique ?**
2996 CL euh::: la voiture recommandée:: devrait être normalement là pour:: la
2997 rentrée...

Ainda que somente 15% dos clientes tenham sido engajados mediante o emprego de perguntas indiretas totais, uma vez que não se configuraram como estratégia de captação preferida dos operadores franceses, julgamos importante destacar que, na totalidade de suas manifestações, o interlocutor foi envolvido na interação sem apresentar resistência. Praticamente todas as perguntas indiretas totais, na modalidade de negociação espontânea, foram precedidas, igualmente, por uma construção justificadora, como em (73):

(73) Diálogo 19

2248 CLE allô::?
2249 OP oui::... madame X ((nom de la cliente))... bonjour::...
2250 CLE oui oui bonjour...
2251 OP oui... excusez-moi de vous déranger... je me préSENte c'est X ((prénom et
2252 nom du téléopérateur))... **euh:: c'est X ((nom de l'entreprise))... je vous**
2253 **aPPElle rapideMENt:: madame X ((nom de la cliente))... c'était dans la**
2254 **perspecti::ve... euh:: de vous faire bénéficier d'une informatiOn... si**
2255 **vous êtes propriétaire d'une maison individuElle... et ma question**
2256 **était de savoir si vous étiez sensible au fait de:: de... produire et de**
2257 **consommer votre propre énergie électrique...**
2258 CLE Ah... alors là... y a pas mon mari... je sais pas du tout ((rires))

Em síntese, a combinação justificativa + pergunta direta total configura-se como a estratégia de maior êxito para implicar o cliente na interação sem a

manifestação de dissensos nas ligações de televendas francesas, assim como ocorre em português. Na modalidade de negociação espontânea, os operadores franceses necessitam de 2,9 turnos de fala para engajar o cliente e de 26 segundos.

Todavia, o emprego isolado de construções justificadoras não obtém o mesmo efeito. Em 55% dos casos em que os operadores optaram por essa abordagem, ainda que os clientes tenham se engajado na interação, reagiram de forma relutante e expressaram, imediatamente, sua objeção.

Assim, em situação de dissenso, a modalidade de negociação mais frequente, manifestando-se em 23,3% das ligações, é a ideal, ou seja, aquela em que, apesar da manifestação do desacordo, há a presença de negociações a fim de se encontrar um equilíbrio conversacional. Dada sua complexidade, desdobra-se em duas categorias, a ideal bilateral, na qual ambos os interlocutores modificam sua posição inicial no intuito de encontrar, mutuamente, uma solução conciliadora e, ainda, a ideal unilateral, em que um dos participantes alinha-se à proposta do outro, evento revelado, a propósito, em 13,3% das interações, contra 10% no primeiro caso.

Assim, a negociação ideal unilateral foi a mais frequente diante de um desacordo. Na quase totalidade desses casos, os dissensos manifestaram-se logo após o emprego de construções justificadoras independentes e, em 46,7% dessas ocorrências, os clientes assumem a regência da interação até a resolução da divergência. A presença marcante de assaltos de turno, bem como de sobreposição de vozes refletem o clima de discordância que caracterizam essas intervenções. Os operadores, por sua vez, utilizam como principal estratégia a persuasão e a argumentação para tentar reverter a situação.

Em (74) (cf. infra) o operador rege a abertura da ligação telefônica de modo estratégico e persuasivo: como, via de regra, tem acesso ao perfil do público-alvo antes mesmo de efetuar a ligação, apresenta como critérios características específicas da empresa contatada a fim de provocar uma conformidade entre uma suposta demanda e as atividades da profissional; afirma, por exemplo, que está à procura de uma autoescola que possa aceitar novos candidatos, o que se configura como um parâmetro duvidoso, afinal, que empresa não teria interesse em atender novos clientes?

A cliente apresenta, prontamente, sua objeção (*mais vous avez déjà appelé... vous M'Avez déjà appelé pour ÇA)* afirmando que o operador já havia ligado anteriormente, o que, além de ameaçar sua face, desconstrói sua trama persuasiva,

pois, invalida toda a despretensão e eventualidade que buscou conferir ao seu contato. O operador, então, expressa seu desacordo (*NOn madame... ((rire jaune))*, o qual atenua mediante o emprego do vocativo, bem como do riso, ainda que desconcertado.

A cliente, por sua vez, reforça sua objeção declarando que tratava-se, então, de alguém que fazia a mesma coisa que o operador, o que, novamente, atenta contra a pseudo espontaneidade da ligação e configura-se como mais um FTA *(euh donc c'est quelqu'un d'autre qui fait la même chose que vous hein?)*. Inicialmente, o operador comete um lapso ao concordar com a cliente *(sûrement)* o qual procura reverter incisivamente mediante uma reformulação seguida de uma refutação (*NON NON... c'est pas la même chose*) que procura sustentar evidenciando uma distinção: a parceria oficial com a *Google* (*nous en fait nous sommes les partenaires officiels de GooGLE*), o que se configura como elemento persuasivo[193]. Em seguida, empenha-se em descontruir a primeira objeção da cliente destacando algumas evidências para comprovar que se trata de seu primeiro contato (*moi moi J'AI essayé de vous contacter à onze HEUres quarante et quatre miNUtes d'aCCORd ? euh: midi moins le quart j'ai pas arrivé à vous joindre... pour cette raison j'ai renouvelé mon aPPEl)*.

Invalidadas, *a priori,* as contestações, o operador encerra a sequência argumentativa e reinicia um novo processo persuasivo em que tenta convencer a cliente da singularidade de sua proposta, pois, conforme afirma, por serem parceiros oficiais da *Google*, empresa de renome com a qual, hipoteticamente, todos querem trabalhar, o que lhe permite selecionar, portanto, seus parceiros, a cliente deve, em tese, aproveitar a oportunidade única que lhe está sendo proporcionada. (*en fait::::: je vous contacte... pour une simple raiSOn... déjà:: pour les partenaires de Google y en a pas trop en FRANce... d'accord ? euh::: nous en tant que parteNAIres... donc on travaille pas avec tout le MONde... en tant que partenaires donc nous sélectionnons avec qui nous travaiLLONs).* Todavia, sabe-se que esse mesmo discurso foi empregado em outras abordagens e não passa, pois, de um recurso estratégico.

O operador, em seguida, conclui seu turno de fala destacando o suposto motivo de sua ligação: a existência de uma demanda de consumidores interessados

[193] Cf. argumento de autoridade

em um serviço ofertado, “coincidentemente”, pela operadora *(euh::: je vous contacte aujourd’hui pour une simple raiSOn... on a eu beaucoup de demandes sur X ((ville))... sur la partie per/ permis B... d’accord ?).* O enunciado *je vous contacte aujourd’hui pour une simple raison* (estou contatando a senhora hoje por uma simples razão) confere à situação um teor de despretensão, simplicidade, algo de fácil resolução, uma simples relação de oferta e procura intrínseca à toda atividade comercial, ou ainda, algo evidente, inegável. Contudo, ter acesso a essa suposta demanda envolve custos, os quais não são mencionados em momento algum pelo operador.

A cliente, no decorrer da enunciação, limita sua participação à produção de alguns reguladores (*hm; oui*), o que denota estar sob o domínio do interlocutor. Por fim, expressa sua concordância (*ouais... ouais)*, sinalizando o reequilíbrio interacional e a desconstrução do dissenso.

(74) Diálogo 10

2629 CLE oui allô::?
2630 OP oul:: bonjour madame::... bonjour... euh c’est X ((prénom du téléopérateur))
2631 madame... de la société euh X ((nom de l’entreprise))... en fait j’étais
2632 en train de chercher une auto-école qui fait le permis B ((raclement de
2633 gorge))... sur
2634 CLE [oui::...
2635 OP [X ((ville))...
2636 CLE hm ?
2637 OP qui fait aussi des facilités de paiements pour les candidats au cours de la
2638 formatiOn... et:: qui possède une infrastructure bien sûr à des normes et qui
2639 peut accepter de nouveaux candiDAts::...
2640 CLE oui::...
2641 OP [( )
2642 CLE [**mais vous avez déjà appelé... vous M’Avez déjà appelé pour ÇA...**
2643 OP **NOn madame... ((rire jaune))**
2644 CLE **euh donc c’est quelqu’un d’autre qui fait la même chose que vous hein?**
2645 O **sûrement... NON NON... c’est PAs la même CHOse... nous en fait nous**
2646 **sommes les partenaires officiels de GooGLE... moi moi J’Al essayé de**
2647 **vous contacter à onze HEUres quarante et quatre miNUtes d’aCCORd ?**
2648 CLE [hm...
2649 OP [**euh:**
2650 **midi moins le quart j’ai pas arrivé à vous joindre... pour cette raison j’ai**
2651 **renouvelé mon aPPEl... en fait::::: je vous contacte... pour une simple**
2652 **raiSOn... déjà:: pour les partenaires de Google y en a pas trop en**
2653 **FRANce... d’accord ?**
2654 CLE oui
2655 OP **euh::: nous en tant que parteNAIres... donc on travaille pas avec tout le**
2656 **MONde... en tant que partenaires donc nous sélectionnons avec qui**
2657 **nous travaiLLONs... euh::: je vous contacte aujourd’hui pour une simple**
2658 **raiSOn... on a eu beaucoup de demandes sur X ((ville))... sur la partie**

2659 **per/ permis B... d'accord ?**
2660 CLE ouais... ouais...

Nota-se uma presença frequente de marcadores de solicitação de confirmação (*d'accord?)* empregados pelos operadores em situação de dissenso em francês ao final de cada turno, como se estivessem compelindo uma possível ratificação, pois esses mecanismos solicitam o acordo ou a aprovação do interlocutor, o que pode dar indícios do valor argumentativo do enunciado. Ainda, em quase todas as interações em que houve negociações, os operadores buscaram desconstruir as objeções manifestadas pelos clientes mediante a apresentação de provas, ou argumentos, a fim de demonstrar a veracidade de sua proposição, como vimos em (74).

O emprego de estratégias de polidez[194] é praticamente inexistente na modalidade de negociação ideal unilateral na sequência de abertura em francês, o que vai de encontro com nossas hipóteses, pois partimos do pressuposto de que quanto maior fosse a tensão provocada pela presença de dissensos, maior seria o recurso às estratégias de polidez como ferramenta interacional compensatória e estabilizadora do fluxo comunicacional.

Enquanto, nas interações há pouco analisadas os operadores foram capazes de preservar sua posição de regência e engajar o cliente na interação apesar da manifestação do dissenso, o que delineia uma relação ganhador/perdedor, na qual o vitorioso é o operador, pois, além de não ter modificado sua posição inicial, provocou o alinhamento do interlocutor a seus propósitos, uma outra categoria revelou-se, em contexto francês, a ideal bilateral, ou seja, em que ambos os interlocutores modificam suas posições iniciais em busca de uma solução conciliadora.

Esse tipo de relação emergiu em 10% das interações francesas e é marcada por uma acentuada disputa das posições de liderança, o que se reflete, por exemplo, na presença de assaltos de turno bem como de sobreposição de vozes realizados pelos clientes que, de forma geral, assumem a regência da interação já na abertura da interlocução. Como consequência, essas interações possuem uma configuração

[194] Como objetivamos melhor compreender quais estratégias mobilizam os operadores no intuito de engajar o cliente na interação, nosso olhar volta-se, especialmente, para as produções verbais desses profissionais. Nesse sentido, observou o uso de somente dois mecanismos de polidez nas sequências de resolução dos dissensos empregados pelos operadores, em D2, em uma disputa por um turno de fala (*oui::: mais ce/ah um instant s'il vous plaît)* e, ainda, em D14 na apresentação de uma justificativa (C'est pour ça que je me *permettais* de vous contacter).

particular, pois, como o operador é destituído de sua posição de regente, encontra-se sem os direcionamentos delineados pelo *script*, o que o coloca em uma condição de maior suscetibilidade. Nesse sentido, como os clientes expressam seu desacordo assim que tomam conhecimento do motivo da ligação e passam a controlar e a determinar sua evolução, na maior parte dos casos, a estrutura organizacional dessas interações não possui limites bem definidos, pois, a sequência de abertura e o corpo estão, em geral, integrados. Além disso, possuem uma duração visivelmente mais curta se comparadas às outras.

. Embora essa configuração seja, supostamente, desfavorável para os operadores, eles tentam, de qualquer forma, reverter o desacordo, recuperar sua posição de liderança e levar o cliente a aderir às suas propostas. Outra vez, a persuasão e a argumentação ocupam papel de destaque nesse processo. Todavia, observa-se um uso muito mais acentuado de mecanismos de polidez nessa modalidade de negociação. Nesse sentido, ao que parece, não seria a presença ou a ausência de dissenso que motivaria o uso da polidez, mas as posições de liderança: quanto maior for o controle do cliente, mais estratégias de polidez serão empregadas pelo operador. A esse respeito, destacamos (75):

(75) Diálogo 16

CL allô ?
OP oui::... bonjour... bonjour monsieur...
CL oui bonjour...
OP [euh::... oui:: bonjour... c'est bien l'entreprise de menuiserie euh:: X ((nom de l'entreprise))... c'est ça ?
CL oui... c'est ça...
OP d'accord... euh:: (...)
CL [vous êtes ?
OP [euh::... euh::... c'est la société X ((nom de l'entreprise))... moi c'est X ((prénom du téléopérateur))... en fait... **je cherche à joindre le gérant... ce serait monsieur X ((nom du gérant))... s'il vous PLAÎt ?**
CL pour ?
OP pour euh c'est par rapport à des demandes de clientèle... en fait pour de nouveaux chantiers sur... la ville de X ((ville))... aut/ aux environs également **si c'est possible... donc j'aurais souhaité** parler à monsieur X ((nom du gérant)) pour voir avec lui **si éventuelleMENt**... **y a des possibilit/(...)**
CL [**attendez je vous arrête... vous voulez me proposer:: de faire des deVIs::... et cetera... et ceteRA ?**
OP non ça... pas du tout monsieur X ((nom du client)) c'est par rapport
CL [alors...
OP [à des demandes de clienTÈle... donc:::... y a de la demande::... actuellement:: y a... depuis plusieurs mois déJÀ::... et:: euh::... en fait**... on**

1958		**souhaitait** savoir **si on pourrait... éventuellement selon votre**
1959		**capacité::...** vous rediriger **quelques** chantiers conCREts... donc c'est
1960		des:: demandes par rapport à des:: cliENts... des futurs clients (...)
1961	CL	[je vous donne un MAIl... envoyez-moi un mail...
1962		et vous m'expliquez tout ÇA::... j'ai pas le temps...
1963	OP	d'aCCORd... en fait est-ce qu'**on pourrait::** euh::... **éventuellement**
1964		euh::... avoir une rencontre directe avec vous... comme quoi ( ) on a
1965		l'habitude de le faire avec tous les professioNNELs ?
1966	CL	euh:::::... pas de suite... vous m'envoyez un mail... et puis on:: conviendra
1967		d'un rendez-vous...
1968	OP	d'accord... euh::... à quelle
1969	CL	[d'accord ?
1970	OP	[adresse... s'il vous PLAÎt::?

No diálogo em questão, nota-se que o cliente impõe seu controle logo no início da situação de comunicação. Assim, assalta o turno de fala do operador para efetuar sua primeira pergunta (*vous êtes*?) e, a partir desse momento, torna-se o regente da interação. As hesitações iniciais na abertura do turno de fala do operador *(euh::... euh::...* c'est la société X ((nom de l'entreprise)) denotam, talvez, certo desconforto ou ainda, acusam a ruptura do *script*, o que exige uma reorganização cognitiva e discursiva.

Possivelmente atento à atitude do cliente, que sinaliza uma certa resistência, o operador, no intuito de minorar as possibilidades de manifestação de conflitos, emprega uma série de estratégias de polidez em seu discurso (*je cherche à joindre* le gérant... ce *serait monsieur X ((nom du gérant))... s'il vous PLAÎt ?* Efetua, assim, uma pergunta indireta, que confere um caráter menos invasivo ao ato, por meio da expressão *je cherche à joindre* (estou tentando entrar em contato com) e, em seguida, emprega o *conditionnel de politesse ce serait (seria)* e a fórmula atenuadora *s'il vous plaît* (por favor).

O cliente, além de não responder, efetua, por sua vez, uma nova pergunta (*pour?),* o que consolida sua posição de regente, levando o operador a externar certa perturbação, haja vista a presença de nova hesitação em sua resposta *(pour euh c'est par rapport à des demandes de clientèle... en fait pour de nouveaux chantiers sur... la ville de X ((ville))... aut/ aux environs également si c'est possible).* Apresenta, assim, sua justificação de modo persuasivo (*demandes de clientèle; nouveaux chantiers*) e atenuado (*si c'est possible*) e, ao tentar uma nova aproximação, cerca-se, mais uma vez, de precauções *(donc j'aurais souhaité parler à monsieur X ((nom du gérant)) pour voir avec lui si éventuelleMENt... y a des possibilit/),* ou seja, emprega o desatualizador temporal *conditionnel passé* (*j'aurais*

souhaité), bem como o enunciado *si éventuellement y a des possibilit/* (se eventualmente há a possibilid/), que confere ares de possibilidade e incerteza ao discurso, reduzindo, pois, sua ameaça, uma vez que confere maior liberdade de decisão ao interlocutor. Nota-se que, como o cliente ainda não se identificou como gerente, embora se comporte como tal, o operador requisita o interlocutor-alvo de modo indireto (*parler à monsieur X ((nom du gérant)),* o que também caracteriza-se como procedimento de polidez, pois protege a face do interlocutor.

No entanto, toda essa cautela não surte efeito, dado que o cliente não hesita em assaltar seu turno e, sem rodeios e de modo diretivo, indaga o operador a respeito de suas reais intenções (*attendez je vous arrête... vous voulez me proposer:: de faire des deVIs::... et cetera... et ceteRA ?)*. Seu enunciado é fortemente ameaçador, repleto de FTAs e desprovido de qualquer mecanismo mitigador. Além do emprego do imperativo (*attendez*) sem a presença de atenuadores - nessa circunstância, a expressão *s'il vous plaît* seria o encadeamento preferido - o cliente enuncia sua ação ameaçadora (*je vous arrête*) e efetua uma pergunta que coloca sob suspeita a veracidade das intenções do interlocutor. Não se preocupa, pois, em atenuar ou reparar seus atos ameaçadores, o que sinaliza uma posição de superioridade.

O *operador* refuta, imediatamente, a suspeição do cliente e recorre à persuasão e à polidez, mais uma vez, para tentar reverter o dissenso, insistindo na justificação de que há uma demanda de clientela, fato que procura comprovar destacando a constância dessa necessidade (*depuis plusieurs mois*) a fim de convencer o interlocutor da legitimidade de suas propostas *(non ça... pas du tout monsieur X ((nom du client)) c'est par rapport à des demandes de clienTÈle... donc:::... y a de la demande::... actuellement:: y a... depuis plusieurs mois déJÀ::).* A presença de uma posição de questionamento, desacordo, entre os interactantes delineia uma configuração favorável ao aparecimento de trocas comunicativas marcadas pela presença de enunciados de insistência, atividade conversacional que se revela nessa passagem.

Em busca de sua meta, em uma nova tentativa, o operador procura ser o menos invasivo possível, haja vista a posição de liderança manifestada pelo cliente. Para tanto, protege seu discurso com uma sequência de procedimentos de polidez (*et:: euh::... en fait... on souhaitait savoir si on pourrait... éventuellement selon votre capacité::... vous rediriger quelques chantiers conCREts... donc c'est des::*

demandes par rapport à des:: cliENts... des futurs clients (...). Efetua, nesse sentido, uma pergunta indireta introduzida pela construção *souhaiter savoir si* (desejo saber se), que imprime no enunciado um caráter de possibilidade pelo intermédio da partícula *si*, além do emprego do desatualizador temporal *pretérito imperfeito* (*on souhaitait*), ambos atenuadores. Observa-se, igualmente, uma preferência pelo uso do sujeito *on*, que provoca um menor engajamento do operador no discurso protegendo, pois, sua face.

Em seguida, o operador emprega o modalizador verbal conjugado no *conditionnel* de politesse, ou futuro do pretérito (*on pourrait*), o que mitiga o seu pedido, o advérbio *éventuellement* (eventualmente), que confere à proposta uma nuance de incerteza, a expressão *selon votre capacité* (segundo a capacidade do senhor), que preserva a liberdade de ação do cliente, seguida pelo complemento *quelques chantiers concrets* (alguns projetos concretos), constituído pelo modificador externo aproximativo *quelques*, que debilita o significado e minimiza a intenção do interlocutor, tendo, igualmente, função atenuadora. O qualificativo *concrets*, que caracteriza o substantivo *chantiers*, reforça, persuasivamente, a ideia de que se trata de uma proposta baseada em fatos, e não de mera manipulação. O operador introduz sua conclusão insistindo na existência verdadeira de uma demanda e de futuros clientes *(donc c'est des:: demandes par rapport à des:: cliENts... des futurs clients (...)).*

O cliente interrompe o discurso do interlocutor no decorrer de mais um enunciado de insistência, por meio de um assalto de turno e, enquanto regente, apresenta suas diretivas (*je vous donne un MAIl... envoyez-moi un mail... et vous m'expliquez tout ÇA::... j'ai pas le temps*), outra vez, sem atenuação alguma.

O operador expressa, inicialmente, concordância, mas comunica, logo em seguida, sua contraproposta (*d'aCCORd... en fait est-ce qu'on pourrait:: euh::... éventuellement euh::... avoir une rencontre directe avec vous... comme quoi ( ) on a l'habitude de le faire avec tous les professioNNELs ?).* O uso de um marcador de acordo seguido de uma oposição é frequente em situações de desacordo, pois, haja vista que os marcadores de acordo são considerados como procedimentos não-marcados, ou preferidos, a expressão do desacordo inicia-se, constantemente, por um marcador de acordo. O marcador discursivo *en fait,* além de designar o que é, realmente, efetivo para o operador, marca sua adesão a um ponto de vista que contrasta com o veiculado anteriormente, o que prenuncia o novo direcionamento

que pretende conferir à interlocução. Apresenta assim, sua nova proposta que abrange, de fato, o real objetivo da interação, o agendamento de uma reunião. A persuasão e a polidez se fazem, mais uma vez, presentes. Por intermédio do modalizador *pouvoir* desatualizado pelo futuro do pretérito e atenuado pelo advérbio *éventuellement*, o operador efetua uma nova abordagem propondo, dessa vez, a realização de um encontro presencial. Busca convencer o profissional insinuando que sua empresa possui muitos clientes (*comme quoi ( ) on a l'habitude de le faire avec tous les professioNNELs).*

A hesitação prolongada logo no início do turno de fala do cliente pode denotar certa inquietação ou insatisfação, e já dá indícios de sua recusa *(euh:::::... pas de suite... vous m'envoyez un mail... et puis on:: conviendra d'un rendez-vous).* Novamente, dita as regras do jogo, restando ao operador aderir à sua proposição (*d'accord... euh::... à quelle adresse... s'il vous PLAÎt::?*).

Nesse sentido, ambos os interagentes modificaram sua posição inicial a fim de encontrar uma solução comum: o cliente, cuja atitude apontava para uma recusa em participar da interação ou de qualquer tipo de ação, acaba propondo o envio de um *e-mail*, solução, portanto, paliativa; da mesma forma, o operador desvia-se de seu objetivo inicial, agendar uma visita, e aceita enviar a mensagem eletrônica. Evidencia-se, pois, a presença de uma negociação ideal bilateral, em que ambos os interlocutores são ganhadores, ou perdedores, a depender do ponto de vista.

Enquanto na modalidade de negociação ideal necessita-se de 1 minuto e de 5,8 turnos de fala para reestabelecer-se o equilíbrio interacional e engajar, definitivamente, o cliente na interação, na ausência de dissenso, ou seja, na modalidade de negociação espontânea, o operador francês necessita de 26 segundos e de 2,9 turnos. Em contexto brasileiro, no primeiro caso, a captação ocorre em 54 segundos e contabiliza-se, em média, 4 turnos de fala para a resolução do dissenso e, em relação à negociação espontânea, 36 segundos e 3,3 turnos são suficientes para a efetivação da ação. Assim sendo, de acordo com esses dados, duas configurações revelam-se, em francês e em português, ao comparar-se esses critérios: em situações de dissenso, os franceses interagem por mais tempo do que os brasileiros, porém, em um contexto colaborativo, são os brasileiros que se comunicam mais longamente.

Há casos, ainda, em que o dissenso revela-se na sequência de abertura de modo intenso, o que dá origem a um discurso predominantemente conflituoso em

que nenhum dos interactantes mostra-se disposto a aceitar proposições ou a fazer concessões. Como não há, pois, alteração do *status quo*, nomeamos essa situação de modalidade de negociação conflituosa, presente em 10% das interlocuções em contexto francês, marcadas, sobretudo, pela frequência de FTAs, bem como de assaltos de turno e sobreposição de vozes. Na quase-totalidade dessas interlocuções, é o operador quem produz a intervenção iniciativa, o que talvez possa denotar, de antemão, uma certa resistência do cliente em participar da interação.

A posição de regente do operador é, em geral, subtraída já em seus primeiros turnos de fala, conforme se pode observar em (76):

(76) Diálogo 03

0323 CL A::llô ? allô ?
0324 OP [oui... monsieur X ((nom du client)) ?
0325 CL oui...
0326 OP ben alors... monsieur X ((nom du client))...
0327 CL [je vous écoute...
0328 OP oui::... c'est:: euh monsieur X ((nom du téléopérateur))... du groupe X
0329 ((nom de la société))... je vous avais appelé hiEr monsieur X ((nom du
0330 client))...
0331 CL pour quoi faire?
0332 OP [pendant la campagne qui avait été faite sur X ((ville))...
0333 CL **oui... mais::... oui**
0334 OP **[voilà...**
0335 CL **[mais... j'ai répondu un peu à:: quelques questions là...**
0336 **et puis...**
0337 OP **[VOI::là...**
0338 CL **[y a des sommes et je suis pas vraiment concerné moi... vous**
0339 **savez... j'suis à la retraite et ( )...**
0340 OP **EUH::... bah NOn... bien sûr que non... c'est pas**
0341 CL **[si...**
0342 OP **[parce que vous êtes à**
0343 **la retraite... que c'est (...)**
0344 CL **[MAIs qu'est-ce que vous allez me poser comme**
0345 **question LÀ... vous me cherchez pourquoi ?**

Como se trata do segundo contato, nota-se que os interlocutores não empregam nenhuma saudação e partem, diretamente, para o tópico principal. Além disso, dado que se trata da segunda tentativa de incursão no território do cliente que, desde o início, sinaliza uma postura de resistência, nota-se que o operador cerca-se de algumas estratégias de polidez a fim de suavizar sua ação, *(je vous avais appelé hiEr monsieur X ((nom du client)) pendant la campagne qui avait été faite sur X ((ville)),* como o desatualizador temporal pretérito mais-que-perfeito, em vez do pretérito perfeito *(je vous avais appelé)*, o que provoca um distanciamento em

relação à situação de enunciação e protege, pois, a face do operador e, logo em seguida, a voz passiva, igualmente, desatualizada (*la campagne qui a été faite*), que, por promover o apagamento das pessoas do discurso, provoca um menor engajamento dos envolvidos na interação, o que protege, assim, suas faces.

Todavia, assim que o operador explicita o motivo da ligação, o cliente assume o controle da interação e apresenta sua refutação *(oui... mais::... oui mais... j'ai répondu un peu à:: quelques questions là... et puis... y a des sommes et je suis pas vraiment concerné moi... vous savez... j'suis à la retraite et ( )).* O operador procura reverter o dissenso explorando um tópico discursivo secundário relevado pelo cliente em sua justificação (em que associou a aposentadoria, provavelmente, a algo negativo) talvez no intuito de desviar-se, momentaneamente, do tópico discursivo principal, propulsor do conflito, para reassumir a liderança da interação *(EUH::... bah NOn... bien sûr que non... c'est pas parce que vous êtes à la retraite... que c'est (...)).* Contudo, o cliente assalta seu turno e reorienta o discurso para o seu real objetivo indagando o operador, de forma direta, sobre suas verdadeiras motivações. Nota-se que, ainda que o cliente seja regente da interação e demonstre sua contrariedade, não se nega a participar da ligação. Nesse sentido, pode-se afirmar que o dissenso também é engajador, pois leva os interlocutores a manterem-se na interação até que se chegue a uma decisão.

Ainda que as pessoas solicitadas não manifestem, explicitamente, sua recusa em participar da ligação telefônica, sabe-se da existência de um dissenso prévio. A eclosão do conflito e o estabelecimento da negociação ocorrem, via de regra, somente quando o cliente é informado dos motivos da ligação. Contudo, essa disposição pode ser, ocasionalmente, modificada, ou seja, o dissenso pode se manifestar, de modo explícito, contra a ligação telefônica em si. A esse respeito, considere-se (77):

(77) Diálogo 26

3342	OPA	oui::... allô::?
3343	CLE	allô:::...
3344	OPA	oui::... bonjour... euh:: madame X ((prénom de la cliente)) ?
3345	CLE	**oui oul::... parce que ça fait déjà:: deux minutes que j'attends votre**
3346		**sonneRle:: là... euh bon... qu'est-ce que vous vouLEz ?**
3347	OPA	**alors excusez-MOI HEin? euh:::...**
3348	CLE	**oul... ben::: en fait... vous a/ c'est pas la peine de nous appeler de::**
3349		**deux jours aVANt::... pour nous Dlre qu'on va avoir un correspondant**
3350		**qui vient nous parler... hein ?**

3351	OPA	**euh NON NON pas du tout::... on ne vous a pas appelé deux jours**
3352		**aVANt madame... c'est notre premier appel...**
3353	CLE	[**c'est une façon de PARler maDAme::...**
3354		**d'aCCORd... okey euh::... euh:: LÀ ça fait bien DEUx minutes que j'ai**
3355		**attenDU... quoi...**
3356	OPA	**d'a::ccord... ben veuillez m'excuser pour ces aTTENtes...**
3357	CLE	**QUOI ? aLORs qu'est-ce qu'il vous faut ?**

A cliente, já em seu segundo turno de fala, ataca, diretamente, a face da operadora e assume, plenamente, a regência da interação *(oui ouI::... parce que ça fait déjà:: deux minutes que j'attends votre sonneRIe:: là... euh bon... qu'est-ce que vous vouLEz ?).* Observa-se que o dissenso se produz, de antemão, contra a ligação telefônica.

Frente à posição de liderança imposta pela cliente, a operadora busca instaurar o equilíbrio interacional e amenizar o tom conflituoso recorrendo a mecanismos de polidez, o pedido de desculpas. Sua inquietação pode ser evidenciada pela presença do marcador de hesitação prolongado ao final de seu turno *(alors excusez-MOI HEin? euh:::).* Os mecanimos de polidez parecem perder todo o seu efeito de ferramenta restabelecedora do equilíbrio interacional nessa situação de divergência, haja vista que a cliente ataca novamente a face da operadora condenando, nessa circunstância, suas ações *(ouI... ben::: en fait... vous a/ c'est pas la peine de nous appeler de:: deux jours aVANt::... pour nous DIre qu'on va avoir un correspondant qui vient nous parler... hein ?*).

A operadora expressa seu desacordo de forma enfática e tenta convencer a cliente de que se trata de seu primeiro contato (*ahn NON NON pas du tout::... on ne vous a pas appelé deux jours aVANt madame... c'est notre premier appel*), dessa vez, sem explorar elementos de polidez. A cliente reitera seu protesto e insiste em atacar sua face (*c'est une façon de PARler maDAme::... d'aCCORd... okey euh::... euh:: LÀ ça fait bien DEUx minutes que j'ai attenDU... quoi*). Mais uma vez, a operadora tenta atenuar o tom conflituoso da interação por meio de um novo pedido de desculpas (*d'a::ccord... ben veuillez m'excuser pour ces aTTENtes).* A cliente, contudo, reage com sarcasmo, como se pode observar pelo enunciado *Quoi?,* que denota certa desconfiança em relação à sinceridade da operadora, e continua a direcionar a interação *(aLORs qu'est-ce qu'il vous faut?).*

Nessa interlocução, nota-se que a profissional tem sua posição de regente absolutamente dominada pela cliente e torna-se refém da situação: seus turnos de

fala resumem-se a pedidos de desculpas. Dentre os cinco turnos de fala realizados pela cliente, em quatro há a presença de FTA's. Ela assume, portanto, de forma conflituosa, a posição de regente da interação.

A presença de estratégias de polidez na modalidade de negociação conflituosa é pontual; além disso, são empregadas exclusivamente pelos operadores, reféns da liderança imposta pelos clientes. Todavia, enquanto nas outras situações de negociação a polidez é, predominantemente, de natureza, preventiva, na ausência de cooperação, apresenta-se, via de regra, como mecanismo de reparação (pedido de desculpas, por exemplo). Porém, essas estratégias não tiveram efeito algum sobre o interlocutor, uma vez que não neutralizaram o dissenso inicialmente produzido, que se prolongou por toda a interlocução.

4.4. As sequências de abertura e os desfechos: possíveis correlações?

Com base nas relações de liderança que se constroem entre os interlocutores na sequência de abertura, seria possível antecipar o que ocorre no desfecho dessas interações, ou seja, o interlocutor que se mostrou colaborativo na abertura poderia aceitar mais facilmente a proposta do operador e vice-versa?

No *corpus* em português, essa hipótese não se confirma, pois, ainda que em 88,2% das interações a modalidade de negociação constituída na abertura entre o operador e o cliente tenha sido espontânea, ou seja, sem a produção de dissensos, não houve nenhum evento de desfecho favorável; ao contrário, 60% das interações pertencentes a essa categoria obtiverem um resultado inconclusivo e 40%, desfavorável, o que denota não haver relação direta entre a aparente harmonia interacional na sequência de abertura e desfechos positivos (cf. Tabela 5 infra).

Embora o operador não tenha concretizado nenhuma venda, pode-se notar uma certa tendência, entre os clientes brasileiros, se tomarmos como referencial a sequência de abertura e o desfecho, em evitar colocar-se em posição de oposição, havendo uma preferência, pois, por uma solução menos contundente e mais paliativa. Nota-se que, na modalidade de negociação ideal unilateral, a saber, com dissenso relativizado mediante a manifestação de negociações conversacionais, que corresponde a 11,8% dos casos, 100% desses desfechos foram inconclusivos, ou

seja, operador e cliente encontraram juntos uma solução paliativa - a realização de um novo telefonema ou o envio do material via *e-mail* – talvez para proteger as faces envolvidas na interação. O fato de não ter havido nenhuma ocorrência de modalidade de negociação conflituosa na sequência de abertura em português, corrobora, igualmente, essa interpretação.

Tabela 5: Modalidades de negociação observadas na sequência de abertura em português confrontadas com o desfecho

MODALIDADES DE NEGOCIAÇÃO SEQUENCIA DE ABERTURA		DESFECHO	
Espontânea (harmoniosa ou com leve dissenso)	88,2%	Favorável Inconclusivo Desfavorável	0% 60% 40%
Ideal (com dissenso + negociação positiva, negativa, inconclusiva)	11,8%	Favorável Inconclusivo Desfavorável	0% 100% 0%
Conflituosa (com dissenso + negociação negativa)	0%	Favorável Inconclusivo Desfavorável	0% 0% 0%

Em francês, assim como em português, a modalidade de negociação espontânea foi a mais expressiva, ou seja, em 66,7% das interações não houve embate na abertura (cf. Tabela 6 infra). Contudo, ao se observar os desfechos dessas interações, verifica-se uma preferência por uma posição mais assertiva entre os clientes franceses, haja vista que houve uma predileção pela definição da situação, seja ela negativa ou positiva, quer dizer, 35% dos interlocutores aceitaram a proposta do operador, enquanto outros 35% a recusaram. Assim sendo, enquanto os clientes brasileiros manifestaram uma preferência pelo *talvez*, os franceses, por sua vez, elegeram o *sim* ou o *não*. Nota-se que a inexistência de dissenso, não é garantia de resultados favoráveis, pois, os desfechos inconclusivos e desfavoráveis, somados, representam 65% das interações. Nesse sentido, observe-se a tabela a seguir:

Tabela 6: Modalidades de negociação observadas na sequência de abertura em francês confrontadas com o desfecho

MODALIDADES DE NEGOCIAÇÃO SEQUENCIA DE ABERTURA		DESFECHO	
Espontânea (harmoniosa ou com leve dissenso)	66,7%	Favorável Inconclusivo Desfavorável	35% 30% 35%
Ideal (com dissenso + negociação positiva negativa, inconclusiva)	23,3%	Favorável Inconclusivo Desafavorável	28,6% 42,8% 28,6%
Conflituosa (com dissenso + negociação negativa)	10%	Favorável Inconclusivo Desfavorável	0% 0% 100%

No que se refere à modalidade de negociação ideal, embora a maior parte dos clientes franceses tenha optado pela determinação do desfecho (favorável, 28,5% e desfavorável, 28,5%) observa-se uma expansão considerável na frequência de interações inconclusivas (42,8%), possivelmente como medida compensatória ao investimento dispensado no processo de negociação conversacional inerente a essa modalidade, uma vez que se trata de uma decisão mais neutra.

Nossa hipótese encontra respaldo, na modalidade de negociação conflituosa, ou seja, em que há a manifestação do dissenso sem perspectiva de resolução. Dado que a inexistência de dissenso não possui relação intrínseca, *a priori,* com a manifestação de desfechos favoráveis, o oposto confirma-se: no *corpus* francês, na totalidade das interações em que houve a instalação do dissenso na sequência de abertura sem que os interlocutores alterassem suas posições iniciais (negociação negativa), os resultados foram desfavoráveis. Nenhuma estratégia discursiva foi, pois, capaz de reverter o conflito.

A propósito, as estratégias discursivas mais requisitadas pelos operadores franceses para engajar o cliente na sequência de abertura foram os procedimentos persuasivos, argumentativos e os mecanismos de polidez. Enquanto os mecanismos persuasivos estão presentes em todas as modalidades de negociação, os argumentativos são empregados, em geral, como desestruturadores do dissenso e manifestam-se, desse modo, na modalidade de negociação ideal e conflituosa. Já, o papel da polidez é muito mais relevante enquanto recurso atenuador e facilitador da incursão no território do cliente do que como procedimento reparador dos descompassos interacionais oriundos do dissenso. Em casos de embates mais

diretos, via de regra, verifica-se que a polidez não possui papel relevante. Porém, quando o cliente subtrai do operador sua posição de regente e passa a controlar a progressão da interação, nota-se, nesse caso, uma intensificação do uso dessas estratégias pelo operador.

Em português, ocorre processo semelhante, ou seja, persuasão, argumentação e polidez estão presentes nas interações enquanto recursos engajadores na interação. Assim como em francês, a persuasão é a estratégia mais requisitada e, no tocante à argumentação, recorre-se a esse recurso, igualmente, em situações de confronto. No entanto, como as situações de dissenso produzem-se, raramente, na sequência de abertura no *corpus* em português, a presença da argumentação é menos marcante nesse ponto da interação. Quanto à polidez, observa-se, da mesma forma, um uso menos recorrente em português desse procedimento, uma vez que a constituição de uma relação de familiaridade configura-se como a principal estratégia para engajar o cliente brasileiro na interação, o que vai de encontro com uma presença acentuada de mecanismos de polidez no discurso. De modo geral, quando empregados, possuem a função de mitigar a ameaça que representa a ligação telefônica para ao território do cliente .

Em ambas as línguas, não se constatou nenhuma peculiaridade, no que se refere ao uso das estratégias discursivas acima descritas, que motivasse a configuração de um desfecho favorável, inconclusivo ou desfavorável nas ligações telefônicas sob análise.

Desfeito o dissenso inicial e estando o cliente, finalmente, engajado na interação, nosso olhar volta-se, nesse momento, para o corpo da ligação de televendas a fim de verificar quais ferramentas mobilizam os operadores no intuito de reverter um segundo entrave: levar o cliente à aceitação de sua oferta. Interessa-nos, mais precisamente, analisar de que modo age o operador quando o cliente recusa-se a aderir à sua proposta.

III. O corpo da interação

Superado o primeiro dissenso que envolve as ligações de televendas, o que significa que o cliente passou pela sequência de abertura e foi, definitivamente, engajado na interação mediante o emprego de estratégias discursivas e interacionais, às quais discutimos há pouco, nosso olhar volta-se para o corpo da interação a fim de constatar quais procedimentos mobilizam os operadores diante de um novo desafio: levar o cliente a aceitar a proposta comercial.

4.5. O desconstrução do dissenso no corpo da interação

Interessa-nos, neste momento, compreender como os operadores articulam seu discurso nos casos em que o cliente manifesta rejeição ao se confrontar com os propósitos da ligação de televendas. Nesse sentido, observaremos como fazem a gestão dos conflitos de interesse e das diferenças de opinião. Frente a esse novo dissenso, examinaremos, portanto, quais elementos linguístico-discursivos exploram os operadores brasileiros e franceses para reorientar a interação e levar o interlocutor a aceitar sua proposta observando possíveis similitudes e/ou variações entre ambas as línguas, bem como as modalidades de negociação constituídas entre o operador e o possível cliente. No que se refere, especificamente, à negociação, importa-nos, ainda, constatar se as modalidades evidenciadas na sequência de abertura tendem a se manter ou a se modificar ao longo da interação.

4.5.1. As estratégias discursivas mobilizadas pelo operador

A efetivação da operação de televendas envolve um conflito de interesses, dado que o operador deseja levar o cliente a aderir a uma ação transacional da qual, *a priori,* não tem o intuito de participar, o que denota uma divergência de pontos de vista e posições. Nessa perspectiva, o princípio de preferência pelo acordo que, em geral, rege as interações, no caso dessas ligações telefônicas, dissipa-se, sobretudo no corpo das intervenções, e dá lugar à manifestação do desacordo, haja vista que o dissenso emergiu em 97,8% delas. Todavia, seja perante a uma configuração consensual ou conflituosa, o objetivo do operador é o mesmo: vender algo. Nos

casos dos quais nos ocupamos, o operador dedica-se a convencer o cliente a adquirir um curso de inglês *on-line* ou a efetuar um agendamento, que visa à efetivação da operação comercial *in loco*, ou seja, procura levar, ou persuadir, o cliente a realizar determinada ação.

Nossa concepção de persuasão vai ao encontro do que propõe Plantin ao explicitar uma definição linguística da atividade persuasiva:

> Persuadir é enquadrar, isto é, tentar inscrever a reação linguística do interlocutor na "sequência ideal", traçada pela intervenção do falante. Essa sequência ideal tem por característica principal respeitar os pressupostos e, sem dúvida, muitos dos sub-entendidos, e trazer novas observações sobre o tema dado. Ser persuadido é ratificar o discurso ao qual se está exposto, respeitar o enquadramento imposto e produzir intervenções argumentativamente coorientadas com as do feliz persuasor (PLANTIN, 2016, p. 458)[195] .

.

Nesse sentido, segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014, p.53) “voltada para o futuro, ela [a argumentação] se propõe provocar uma ação ou preparar para ela, atuando por meios discursivos sobre o espírito dos ouvintes”. Assim, como a manifestação do dissenso se fez presente na quase totalidade das ligações, a argumentação revela-se como o principal mecanismo de desconstrução das divergências nas interações brasileiras e francesas. Todavia, nas interlocuções em português, ocupou um papel mais significativo na busca pela resolução do conflito, haja vista que em francês houve a produção da modalidade de negociação espontânea, o que sinaliza uma relação interacional consensual em que não há, portanto, a manifestação de sequências argumentativas, situação que não se produziu em português, uma vez que houve dissensos em todas as ligações.

Além das estratégias de persuasão utilizadas pelos operadores no intuito de tentar “enquadrar” o discurso do cliente, anulando o dissenso e encerrando a interação de modo favorável, os mecanismos de polidez ocupam, igualmente, papel essencial nesse processo. Partimos da hipótese de que ela visa a “revestir” a argumentação, conciliando o desejo mútuo de preservação das faces com o fato de

---

[195] “persuader, c’est *cadrer,* c’est-à-dire, tenter d’inscrire la réation langagière de l’interlocuteur dans la « suite ideále », tracée par l’intervention du locuteur. Cette suite idéale a pour caractéristique majeure de respecter les présupposés, et sans doute bon nombre des sous-entendus et d’apporter des propos nouveaux sur le thème donné. Il s’ensuit qu’être persuadé, c’est ratifier le discours auquel on est exposé, respecter le cadrage imposé et produire des interventions argumentativement coorientées à celles de l’heureux persuadeur.”

que a maior parte dos atos de linguagem é, potencialmente, ameaçadora para as faces dos interlocutores envolvidos na interação.

Assim, trataremos, a seguir, dos procedimentos persuasivos, em especial, argumentativos, utilizados pelos operadores e, logo mais, abordaremos os mecanismos de polidez empregados enquanto restabelecedores do equilíbrio interacional e viabilizadores, por conseguinte, do processo argumentativo.

4.5.1.1. Os procedimentos de persuasão

Como dissemos, o procedimento mais solicitado pelos operadores no processo de desconstrução do dissenso no corpo da interação foi a argumentação, o que vai ao encontro do que propõe Doury (2016, p. 22) que considera "a argumentação como um modo de gestão discursiva do desacordo[196]".

Os dissensos produzem-se, em português e em francês, essencialmente, no ponto em que os clientes devem se posicionar perante os objetivos da operação de televendas. Desse modo, no *corpus* em português, o desacordo manifesta-se no momento em que o operador tenta fazer com que o cliente aceite o preenchimento de um cadastro via telefone para que o curso, após 24h, seja disponibilizado mediante a confirmação do pagamento e, em francês, em geral, ocorre quando os operadores indagam os possíveis clientes a respeito de sua disponibilidade para receber um representante da empresa, ou mesmo agendar uma apresentação comercial que pode se realizar via telefone ou *Internet*.

Nota-se, ainda, uma correspondência quase total entre os procedimentos por meio dos quais os operadores brasileiros e franceses buscam instaurar o acordo. O exame e a interpretação dessas estratégias discursivas leva à compreensão de diferentes movimentos constitutivos do discurso em ambas as línguas bem como das combinações delineadas entre eles.

Assim, ao analisar nossos dados, observamos que essas estratégias, em muitos casos, convergem no que diz respeito ao seu funcionamento, pois não deixam de criar o mesmo efeito. Desse modo, grande parte delas pode ser organizada em dois grupos: o primeiro, vale-se dos efeitos da desfocalização do discurso, ou seja, o operador desvia a atenção do cliente para um novo universo a

[196] "on considérera l'argumentation comme un mode de gestion discursive du désaccord."

fim de fazê-lo observar, por meio de uma nova perspectiva, o objeto do discurso no intuito de convencê-lo a aderir à proposta; o segundo, apóia-se no poder da inversão da relação de lugares que coloca, em geral, o cliente na posição de privilegiado e o operador em condição de submissão - embora seja ele que se beneficiará da ação que induz o cliente a praticar - ou, ainda, a inversão da própria estrutura lógica da interação. Em algumas técnicas, observamos a presença de ambos os efeitos.

Discutiremos, a seguir, a respeito de cada uma dessas técnicas.

- a concessão

Os movimentos concessivos-opositivos configuram-se como um dos procedimentos mais explorados em ambos os *corpora*. Porém, os operadores brasileiros recorreram duas vezes mais a essa tática em relação aos franceses.

Trata-se de uma espécie de camuflagem do desacordo. Inicialmente, tem-se a impressão de que o operador alinha-se aos argumentos apresentados pelo cliente, o que se constitui como um *ethos* positivo, pois denota abertura, receptividade ao outro. Embora, aparentemente, reconheça a existência de argumentos de orientação oposta aos seus, recusa-se a argumentar a partir dessa base e apresenta, em seguida, sua objeção. Aparecem, usualmente, no início de uma intervenção reativa na qual o interagente exprime, inicialmente, seu acordo para, em seguida, introduzir um desacordo. Configura-se, pois, como um procedimento que funciona, concomitantemente, no nível da argumentação e da polidez.

Em (78), a cliente invade o turno da operadora, que ressaltava a praticidade que envolvia o processo de pagamento do curso de inglês e sua inscrição, para apresentar sua recusa, seguida de uma justificação, solicitada, posteriormente, pela operadora. A agente de televendas, em um primeiro momento, parece alinhar-se aos argumentos da cliente mas, logo em seguida, introduz sua contra-argumentação mediante o uso da expressão *tá, entendi, mas*, uma das formas mais recorrentes encontradas no *corpus* ao lado de *entendo, porém*. A cliente emprega, igualmente, a concessão ao contra-argumentar.

(78) Diálogo 11

1633 OPA [...] como é no cartão de CRÉdito... né? o cartão constan::do... JÁ:: você já
1632 inicia a fazer o curso... entende::u? sem::... aí você já vai estar dentro de...

1634 CLE [é::: eu não tenho tempo...
1635 OPA COmo assim... não tem TEMpo?
1636 CLE porque eu esTUdo... e trabalho...
1637 OPA [**TÁ::: entendi mas** no CA::so... o:: o X ((nome da
1638 cliente))... ele é um curso toTALmente on-LIne... entende::u? então assim...
1639 você vai fazer ele X ((nome da cliente))... éh::: somente nos seus momentos
1640 VAgo né? CLA::ro... e ele::... é totalmente on-LIne... então você vai fazer...
1641 éh::: na hora que você estiver... desocuPAda... e você se dedican::do... de
1642 três a quatro horas por seMA::na... já éh:: um:::... um bom aprendizado que
1643 você vai ter... entenDEu?
1644 CLE entendi... mas o que que acontece? eu não tenho tempo MES::mo... eu
1645 trabalho de manhã e à noite eu estudo... à tarde ( )
1646 OPA e aos finais de sema::na? pelo menos um/ uma vez no SÁ::bado ou no
1647 domingo?
1648 CLE [NÃO...
1649 aí eu dedico aos meus esTUdos... não... aí eu dedico aos meus estudos...

A concessão possui um importante papel discursivo na interação, pois tem a função de dar fim à fala do interlocutor de modo mais atenuado, como se lhe indicasse, implicitamente, “eu desejo falar”. Assim, todas essas concessões funcionam como um disfarce para levar o cliente a encerrar o seu turno, afinal, ao dizer “entendi”, tem-se a impressão de que está de acordo com o que foi dito, mas essa concessão é pro-forma, uma vez que o movimento concessivo é petrificado ao introduzir-se uma nova objeção. Pode-se observar que, muitas vezes, o operador não leva em consideração as ponderações do cliente e que, para atingir seu objetivo, somente ajusta sua fala e orienta seu discurso para dar continuidade às suas proposições anteriores, retomando-as, em geral, no ponto em que haviam sido interrompidas. Não há, pois, uma real concessão.

Em (79), excerto no qual a cliente recusa-se, veementemente, a participar da ação proposta por ser, segundo sua opinião, uma operação de cunho comercial, a operadora refuta sua colocação e, em dois pontos do diálogo, realiza um movimento concessivo ao defender a legitimidade da proposta. Assim, como se observa em português, o operadora expressa, inicialmente, seu acordo seguido, imediatamente, de uma refutação. Emprega, desse modo, as contruções *d’accord... mais* (em sua forma elíptica), e *oui... (non) mais*, as mais usuais em nossos dados. Esses pseudo-movimentos concessivos colocam fim, via de regra, à fala do interlocutor e, assim, ao assumir o turno, seu parceiro passa a ter caminho livre para apresentar sua objeção. Observa-se, nas linhas 3394 e 3416, de forma evidente, o caráter pro-forma da concessão (*oui ben:: non* j’suis j’suis PAs intéressée...; *oul... non mais* y a aucun souci... maDAme...), em que *oui* (sim) torna-se, instantaneamente, *non* (não).

(79) Diálogo 26

CLE [et:: et c’est qui cette société qui fait ÇA:: ?
OPA groupement X ((nom de l’entreprise)) madame... vous pouvez
CLE [d’aCCORd... okey
OPA [vous renseigner sur Internet...
CLE NON NOn MAIs:: j’suis pas intéressée du tout... merci...
OPA [l’objectif madame... n’est pas de vous intéreSSEr HEin ? vous êtes concernée (...)
CLE [euh:: c’est une obligaTION::... y a une loi
OPA [alors
CLE [qui m’oBLIge ?
OPA non... PAS du tout madame alors... CER/ ( ) (...)
CLE [voi::LÀ... on est bien d’aCCORd... donc c’est une démarche tout à fait commerciA::le que vous allez me
OPA [ah non... pas du tout
CLE [proposer
OPA [maDA-me... on ne vous ne vend riEN madame... on ne vous propose riEn nous... on effectue ce bilan thérmique dans le cadre de la COP vingt-deux madame nous et une fois que cette information est collectée (...)
CLE [oui ben:: non j’suis j’suis PAs intéressée... j’suis désolée...
OPA **d’accord...** madame…
CLE [voiLÀ...
OPA [**je... l’o/l’objectif madame n’est pas de vous intéresser...** un bilan comme ceCI::... NOUs:: c’est vraiment euh pris en charge hein ? pou/ pour notre éTUde... et un bilan comme ceci si vous le demandez::... il vous:::... i::: VOUS EN aVEz au moins pour cinq cents ou six cents euros madame...
CLE okey...
OPA [en soi... nous... elle est prise en CHARge dans le CAdre d’une éTUde pour sensibiliSEr le plus grand nombre de personnes madame... NOUs
CLE [oui:: je je (...)
OPA [le seul engagement que l’on vous deMANde c’est que::: c’est que tous les propriétaires soient LÀ tout simplement madame... je vous raSSUre on ne vous envoie pas n’importe QUI:: HEin ? le technicien est parfaitement identifiAble... il sera muni de son badge professionnel autour du cou::... ainsi que de sa carte d’identité et son numéro de matricule... je vous rassure (...)
CLE [non mais... je suis PAS:: intéressée... je viens de vous LE di::re...
OPA **oul... non mais** y a aucun souci... maDAme...
CLE [je viens de préciser... qu’est-ce que vous vouLEZ::?
OPA [y a auCUn souCI:::... y a aucun souci:: (...)
CLE [voiLÀ... c’est TOUt...
OPA [**mais** y a un intéRÊt:: madame

- a analogia

O argumento por analogia repousa sobre uma similitude, uma relação, uma semelhança, como definem alguns dicionários, cuja fórmula mais geral seria A é para B o que C é para D.

Os operadores recorrem à analogia para desfocalizar-se, desviar-se do objetivo, ou do objeto propriamente dito, no intuito de fazer com que o cliente mude de perspectiva e o enxergue com outros olhos. Embora seu efeito pareça didático, essa estratégia é empregada pelo operador para colocar o cliente, propositalmente, em outro mundo, outra situação, a fim de levá-lo a desenvolver uma nova ótica sobre o objeto que lhe interessa.

Nesse sentido, em (80), a operadora, ao dar prosseguimento ao seu processo argumentativo no intuito de convencer o cliente a receber um técnico em sua residência para realizar um teste de hermeticidade, constrói uma analogia que envolve a não-obrigatoriedade de realizar eventuais reparações que poderiam ser apontadas em decorrência dos resultados da avaliação e a esfera médica. Declara, portanto, que assim como o médico que constata uma doença não pode, em hipótese alguma, obrigar o paciente a tratar-se, o resultado do teste, se positivo, não obriga, igualmente, o cliente a resolver as irregularidades identificadas. Ele concorda com a operadora, mas, imediatamente, apresenta seu contra-argumento efetuando uma espécie de inversão da mesma analogia: do mesmo modo que, quando estamos doentes, contatamos um médico, o dia em que precisar, entrará em contato com a operadora.

(80) Diálogo 27

3596 OPA [euh oui... aLORs... vous abando/ alors...
3597 d'accord... nous ce n'est pas du tout paREIL monsieur... on prend en
3598 COMpte tous les éléments de votre maison... hein ? le TOIts les murs les
3599 fenêtres l'étanchéité à l'eau à l'air::... car tout est lié dans une maison
3600 hein ? on ne peut pas prendre en compte QUE les déperditions en
3601 therMique... sans se préoccuPEr de tous les autres phénomènes... après
3602 nous on vous fera un compte renDU... après à VOUs::... de faire euh:::... li/
3603 libre à VOUs en aucun cas on peut vous forcer à faire quoi que ce soit
3604 chez vous monsieur hein ? si tout va biEN:: même si tout va MAL:: hein ?
3605 chez la majorité... donc c'est une majorité de personnes tant miEUx::...
3606 sinon il vous fera un consTAt et libre à vous de FAIre le nécessaire...
3607 hein ? **c'est comme**
3608 CL [d'accord...
3609 OPA **[le médeCIN::... il peut constater que vous êtes**

3610 **malade mais en aucun CAs::... vous obliger à vous soiGNEr** on est
3611 d'accord monsieur X ((nom du client)) ?
3612 CL **oui mais le jour où j'serai::... le jour où j'en aurai besoin... je vous**
3613 **ferai appel...** si vous vouLEz... mais je vois pas d'utilité
3614 OPA [mais::: y a auCUN souCI:::... ben je vous re/...
3615 co/ coMMENT ?
3616 CL [pour le moment... je vois pas d'utilité...

O operadores brasileiros fazem uso, igualmente, dessa técnica argumentativa. Em (81), o agente de televendas deseja saber quais são os empecilhos causadores da não-adesão da cliente à sua oferta, o curso de inglês *on - line*. No intuito de convencê-la, compõe uma analogia que relaciona o desconto que lhe é ofertado à recusa de um prêmio de loteria. Nesse sentido, declara que o fato de a cliente não aceitar sua proposta, que oferece 720 reais de desconto, corresponderia a renunciar a um prêmio de um milhão de reais na Mega-Sena.

(81) Diálogo 02

0178 OP MAs o que lhe imPE::de X ((nome da cliente))? é TEM::po? é diNHEI::ro?
0179 o que que É::?
0180 CLE NÃO... é porque... eu não quero fazer agora mesmo NÃo...
0181 OP cê não quer fazer aGO::ra X ((nome da cliente))... tem tanta coisa também
0182 que eu não gostaria de faZEr... mas e/ eu FAço pra pra ter uma vida
0183 meLHOr::... né:::? **então porque você não aproveita X ((nome da**
0184 **cliente))? aGOra que você tá recebendo setecentos e vinte reAis de**
0185 **desCON::to... não DEixa pra amanhã o que você pode fazer ho::je...** X
0186 ((nome da cliente))? **é a mesma coisa que você ganhar um milhão de**
0187 **reAis na Mega-SEna e faLAr... "eu não vou pegar esse um milhão de**
0188 **reais NÃ::o"...** é o que eu tô disponibilizando aqui pra voCÊ:: X ((nome da
0189 cliente))... conheciMEN::to... culTU::ra... a possibilidade de você receber
0190 um saLÁrio meLHOr... ganhar diNHE::iro... é isso que eu tô
0191 disponibilizando X ((nome da cliente))... então vamos fazer já esse
0192 cadastro aGO::ra... dentro de vinte e quatro horas você já começa o
0193 CUR::so... você já vê a qualiDAde... já muda o seu currículo aí pra
0194 cursando inGLÊ::s... e já vai ter um futuro meLHOr X ((nome da cliente))...
0195 qual é teu nome comPLE::to?
0196 CLE NÃ::o... eu não vou fazer agora não...
0197 OP não vai fazer agora... mas por QUÊ::... X ((nome da cliente))?
0198 CLE nã::O... porque eu vou deixar pra dePO::is... eu não vou fazer agora
0199 NÃ::o...
0200 OP **mas por QUE deixar pra dePOis o que podemos fazer HOje** X ((nome
0201 da cliente))? **aí eu te perGUN::to... qual a diferença... ahn de deiXAr pra**
0202 **amaNHÃ o que você pode fazer HOje?** vai alterar alguma COisa? a
0203 única coisa que vai alteRAr é o cê me responDEr... se você faz
0204 amaNHÃ::... você não vai ter o conhecimento que você já vai tá obtendo
0205 HO::je... ou seja... no HO::je seu retorno é muito maior do que amaNHÃ::...
0206 porque amanhã você vai tá comeÇAno... HO::je... você começando
0207 HO::je... amanhã você já vai tá termiNAno... **pra que você vai deixar pra**
0208 **amanhã o que você pode fazer HO::je? enquanto você vai tá**

0209 **pensando em fazer o BOlo amaNHÃ::... hoje você já fez... já assou... já**
0210 **formou... já vendeu...** entenDE::u X ((nome da cliente)) ? E::sse é o
0211 pensaMEN::to... **não deixa nada pra amaNHÃ:: NÃ::o... esse negócio**
0212 **de amanhã nunca DÁ certo... ainda deixando pra amanhã... só fica/ só**
0213 **acaba não desenroLANdo... faz no aGO::ra...** cê tá viva no aGO::ra...
0214 não é verDAde X ((nome da cliente))...

Não foram evidenciadas em francês, argumentos invocando a opinião popular, fortemente explorados no excerto brasileiro sob análise. A opinião comum, caso dos ditados populares, está associada ao argumento de autoridade, o qual discutiremos logo mais, além de ser um discurso relatado, ainda que pertença a uma voz coletiva do grupo cultural em questão.

- o argumento por comparação

Esse argumento consiste em estabelecer uma comparação entre o objeto do qual o locutor está tratando e um outro objeto ou situação para avaliá-los entre si. A comparação permite definir ou caracterizar algo com base em aproximações ou oposições realizadas entre os objetos comparados.

A analogia e a comparação são estratégias similares: enquanto na primeira comparam-se dois mundos, duas realidades distintas, na segunda, estabelece-se um paralelo dentro de um único universo, apresentando duas realidades, dois *scripts* possíveis, um positivo e outro negativo. Desse modo, o operador constrói esse mundo hipotético para, no caso da comparação, levá-lo a escolhar a situação positiva, sempre voltada à valorização de seu objeto e, portanto, para a realização da ação comercial.

Tanto os operadores brasileiros quanto os franceses exploram esse procedimento argumentativo. Em (82), a cliente, ao ser indagada a respeito de seu interesse em adquirir o curso, justifica sua refutação ressaltando sua preferência por aulas presenciais. Desse modo, o operador desenvolve uma comparação evidenciando as vantagens do curso à distância em relação aos presenciais, tais como: valor real investido, praticidade, flexibilidade de horário, autonomia do aluno, etc.

(82) Diálogo 09

CLE [é mas a única coisa que eu não achei CERto é porque tem que estudar pela InterNE::t... pelo pela InterNEt...

OP Isso... porque é **E.A.D.** X ((nome da cliente)) **ensino à longa disTÂN::cia... né::? é o fuTUro HOje... o E.A.D... o E.A.D...**

CLE [ahn não sei não...

OP [é... ele é... ele é::: muito bom por conta do quê X ((nome da cliente))? vamos LÁ:: éh::: no CA::so se::: dependendo da situaçã::o... tá caindo uma chuva muito FORte... um exemplo... não tem como a X ((nome da filha da cliente)) se locomover até::: o CURso e é dia de PRO::va... **depois vocês vão pagar à parte por essa PROva... pra ela ter a PROva... pra essa prova... né::? éh vo/ éh:::... você também tem GAS::to... além da maTRÍ::cula... você tem gasto com todo o material diDÁ::tico também... né? que você já tem que comprar as aposti::las os li::vros... aqui na plataforma <u>on-line</u> NÃo... você já tem tudo <u>on-LIne</u>... onde pode baixar... estudar pelo <u>TAblet</u> pelo celuLA::r... temos também apostilas que dá para impriMI::r... e fazer os exercícios em CA::sa... com cane::ta e paPE::l... que é bem baca::na também... outra diferença... X ((nome da cliente)) que aqui:: ela vai estudar no hoRÁ::rio DE::la no <u>time</u> DE::la... já a escola NÃ::o... você que se aDEqua né? ao horário da esCOla... geralmente eles têm Aulas... duas vezes na sema::na... segunda e QUARta terça e QUIN::ta... e a duração da aula é de uma HO::ra... aqui NÃ::o... se ela... vamos supor... se ela pega::r éh:: os... o/ todos os dias da semana... menos sábado e domingo... e estudar duas HOras... a evolução dela vai ser muito mais rá::pido... entenDEu? tanto que nós recomendamos aí éh::: três HOras... de aula na seMA::na X ((nome da cliente)) porém se Ela peGAr pra estudar TOdo DI::a... ela vai aprender muito mais rápido o que vai fazer com que Ela:: evoLUa na plataforma muito mais RÁpida... a plataforma... ela é gamifiCA::da... éh::: ela vai aprender em formato de <u>game</u> NÉ::? onde ela aprende se divertino para fixar o conteúdo muito meLHO::r...** realmente X ((nome da cliente)) é um é um ótimo CURso...

Em (83), como a cliente recusa o serviço ofertado pelo operador, a saber, uma ferramenta de redirecionamento de consumidores via *Internet*, alegando que uma outra empresa já havia lhe proposto a mesma solução, o operador contra-argumenta a fim de relevar as especificidades da empresa que representa. No intuito de ressaltar, pois, o diferencial de sua abordagem, a compara com serviços desenvolvidos por empresas concorrentes. Declara, desse modo, que não propõe divulgar a empresa-cliente em listas telefônicas e nem interfere na relação empresa-cliente bem como na autonomia da organização comercial, práticas realizadas, segundo o operador, por um determinado *site* (concorrente). Ressalta, reiteradamente, trabalhar de outro modo, pois seu objetivo é captar e direcionar os consumidores aos seus parceiros, não intervindo, portanto, em seu relacionamento com o cliente nem mesmo no valor das tarifas, o que lhes confere total autonomia.

(83) Diálogo 22

OP je vous parle donc... de la mise en relation DIrecte... parce que nous en tant que partenaires... nous CAPtons les clients via GooGLE mais ensuite on les redirige PAR téléphone vers les pros avec qui nous travaiLLONs... à travers un sysTÈme ce qu'on appelle le système Cost tracking... donc du coup les pros:: ils reçoivent des coups de fil CI::blés... d'accord je vous parle de la MIse en relation DI::recte... **je vous PARLe pas JUSte d'être présente sur des annuAIres... ou bien de travailler sur un site... comme X ((site)) sur un site par exemple qui propose juste des devis::... C'ESt pas ÇA::...** l'avanTAge c'est que vous::... vous êtes la géRANte et vous restez toujours la géRANte parce qu'en fin de compte... c'est vous:: de d'accepTEr le:: le le le le candiDAt:: ou de le refuSEr... on n'intervient pas::... d'accord ? et le PLUS important que... comme je viens de vous dire on n'intervient pas en ce qui concerne vos tarifs... TOUt ce qui nous intéresse c'est simple... les infrastructures donc... euh::... à des normes... quelqu'un qui est expérimenté:: et qualifié::... d'aCCORd ?

CLE hm hm::...

- o discurso reportado

No desenvolvimento argumentativo, o discurso reportado permite ao enunciador mobilizar diversos pontos de vista no interior de seu próprio discurso com a finalidade de reforçar ou refutar suas posições.

Assim, configura-se como uma estratégia utilizada pelos operadores brasileiros e franceses a fim de invalidar o dissenso expressado pelo cliente, uma vez que lhes permite colocar em cena sua própria voz, a do cliente, bem como a de outros participantes, no intuito de reforçar os argumentos apresentados. Consideramos essa técnica como uma variante do que podemos encontrar na analogia e na comparação, pois seu efeito é o mesmo, a desfocalização do objeto do discurso. Assim, conduz a atenção do cliente para um outro mundo discursivo a fim de retomar o objeto de discurso retirado de foco. Nesse mundo fictício criado pelo operador, ele coloca em sua boca ou na do cliente o que dele espera ouvir ou, ainda, o que o cliente gostaria que ele dissesse.

Trata-se, pois, de uma encenação discursiva que, por meio de uma antecipação, traduz o desejo de que o discurso reportado fictício se realize. Essa teatralização discursiva, pela força da antecipação, pode ser, portanto, amplamente indutiva.

O discurso direto configura-se como a única modalidade de discurso relatado encontrado em nossos *corpora.* A identificação desses enunciados foi efetuada com

base na materialidade linguística do texto, em que formas marcadas indicam a presença do outro e, ainda, na entoação que lhes foi conferida.

Em (84), a operadora, para defender o argumento de que quanto antes a cliente efetuar o pagamento do boleto melhor será, pois logo poderá iniciar seus estudos, apresenta um passo a passo completo de como a interlocutora deve organizar suas atividades e agir. Desse modo, a agente de televendas faz uso do discurso direto para "dar voz" à própria cliente que, na ocasião, efetuaria, via *e-mail*, a confirmação do pagamento do boleto. Porém, formalmente, dar voz à cliente, nesse caso, significa não lhe dar a oportunidade de falar e, ainda, colocar em sua boca o que dela se quer ouvir. Seu objetivo persuasivo evidencia-se, igualmente, no encadeamento que confere ao discurso, haja vista que pergunta, imediatamente, qual o C.P.F. da cliente para preencher o seu cadastro.

(84) Diálogo 10

1504 OPA então assim... pra ser uma coisa mais RÁ::pida... até mesmo pra você
1505 também começar os seus esTUdos... tu::do... aí eu posso fazer dessa
1506 FOR::ma... aí eu já envio o boleto ho::je... pra você::... aí amanhã você
1507 VAi... compra o:: HEA::d e leva o boleto e JÁ LEVA O NOTEBOOK
1508 JUNTO né... se você quiser... pra ele pode::r... colocar pra seNHOra...
1509 explicar direitinho como que funciona... e aÍ você já me manda... a::
1510 resposta pelo e-MAIl... "**olha X... eu fiz o pagamento do boLE::to...**
1511 **precisa do comproVANte...**
1512 CLE [aham...
1513 OPA [**aqui"** entenDE::u?
1514 CLE ah:::...
1515 OPA [qual que é o seu C.P.F.?
1516 CLE é:: é::... eu vou... eu vou mandar então pelo e-MAIl... TÁ::? porque eu
1517 OPA [sim...
1518 CLE eu tô longe... eu não tô com o C.P.F. aGOra na... em mãos não...
1519 OPA CERto... aí então você me manda os DAdos?
1520 CLE aÍ eu vou mandar pelo e-mail já... viU?

Em (85), ao contrário, o operador utiliza, inicialmente, o discurso relatado para dar voz a si mesmo e, em um segundo momento, insere, ficticiamente, uma terceira pessoa na interlocução, a representante comercial que visita os clientes potenciais por ele prospectados, à qual se une para tornarem-se uma única voz. Por meio dessa *mise en abîme*, o operador cria uma intratextualidade mediante a qual projeta um futuro muito próximo que procura tornar real pelo efeito de antecipação provocado pelo discurso reportado.

Assim, para convencer a cliente a agendar uma reunião, enfatiza sua autonomia relatando, por meio do uso do discurso direto, não poder dizer se a solução que oferece realmente a interessará, o que o coloca em uma suposta posição de isenção perante à ação. Porém, persuasivamente, afirma que, se outras autoescolas confiam em seu trabalho, deve ser por alguma razão. Posteriormente, declara ser o responsável pela agenda da representante comercial, da qual ressalta algumas qualidades, estendendo-as, inclusive, à cliente, e desenvolve, aliando-se à colega de trabalho pelo intermédio do discurso reportado, a simulação do diálogo e das informações, algumas de ordem confidencial, que compartilhariam com a cliente durante o possível encontro.

(85) Diálogo 22

2811 OP [ce que je peux FAIre à mon niVEAU... moi je peux pas vous DIre **“ça va**
2812 **vous intéresser... ou ça va pas vous intéresser**” parce que... en fin de
2813 compte c’est VOUs la gérante... c’est pas moi... d’accord ? mais ce que je
2814 peux vous dire... si les auto-éCOLes nous font confiANce... sûrement que
2815 c’est pas pour rien... d’accord ?
2816 CLE [oui... [...]
[...]
2832 OP [...] l’avanTAge c’est que vous::...
2833 vous êtes la géRANte et vous restez toujours la géRANte parce qu’en fin
2834 de compte... c’est vous:: de d’accepTEr le:: le le le le candiDAt:: ou de le
2835 refuSEr... on n’intervient pas::... d’accord ? et le PLUS important que...
2836 comme je viens de vous dire on n’intervient pas en ce qui concerne vos
2837 tarifs... TOUt ce qui nous intéresse c’est simple... les infrastructures donc...
2838 euh::... à des normes... quelqu’un qui est expérimenté:: et qualifié::...
2839 d’aCCORd ?
2840 CLE hm hm::...
2841 OP [et:: qui peut accepter:: quelques candidats à partir du mois de
2842 septembre... SI vous souhaitez::... de toute faÇOn::... moi je gère l’agenda
2843 de X ((prénom de la collègue))... d’accord ?
2844 CLE ouais...
2845 OP elle est très gentille comme vous:: elle est professioNNElle... aussi biEN...
2846 comme vous... d’aCCORd ? on pouRRA::... discuter... et puis vous
2847 di::re... **“voiLÀ::... combien de personnes CHERchent vos prestations**
2848 **sur X ((ville))... voilà combien de personnes on peut vous...**
2849 **REdiriger”**
2850 CLE hm hm...
2851 OP [donc**... “VOIlà comment on les rediRIge”**... eh question même de
2852 confiANce... **“voilà les auto-éCOles avec qui nous travaillons”**... si vous
2853 souhaitez même les contacter... VOUs les contactez... c’est pas grave...
2854 d’aCCORd ?
2855 CLE hm hm...

- as perguntas didáticas

Essas perguntas são procedimentos discursivos, e não um tipo de argumento, ou seja, podem ser usadas em um encadeamento argumentativo, mas não se constituem como um argumento em si. Trata-se de uma falsa questão, na medida em que não se espera uma resposta efetiva, que pode possuir duas funções distintas ou cumulativas: (1) inserir no discurso as perguntas que, *a priori*, o operador gostaria que o cliente fizesse que, nesse caso, funcionariam como sinalizações utilizadas para que o cliente acompanhe sua linha de raciocínio e chegue às conclusões que lhe convém; (2) evitar o silêncio dificultando, assim, o surgimento de objeções, uma vez que o operador garante, desse modo, a retenção de seu turno de fala. De certa forma, as perguntas didáticas têm um efeito similar ao do discurso reportado, pois, por meio dessa técnica, o operador "dá voz" ao cliente e a si próprio.

Em (86), por exemplo, diante da hesitação do cliente em aceitar o curso, o operador realiza perguntas das quais o objetivo não é a produção de uma resposta, mas auxiliá-lo a desenvolver e a sustentar a sua linha persuasiva bem como proteger a posse de seu turno de fala.

(86) Diálogo 16

2399 OP ah:: sim::... mas o::: o investimento... ficou acessível pra voCÊ::? cê achou
2400 intereSSANte?
2401 CL MAis ou MEnos... eu tenho que analisar mais outras proPOStas pra
2402 poder:::... ver qual que eu vou escoLHEr...
2403 OP bo::m... como essa é uma campanha direcionada pra poucas pessoas... X
2404 ((nome do cliente))... e::u vou fazer uma oferta ainda melhor pra voCÊ::...
2405 JÁ:: fechar um curso como esse HO::je... tá::? **qual que é essa oFERta?**
2406 éh:::... aLÉm do desconto de oitocentos reais que eu posso trazer pra você
2407 hoje no:: no valor do CURso... posso trazer um curso bônus pra você
2408 tamBÉm... tá::? **então como é que funciona?** você fazendo o
2409 investimento de um curso como esse através do seu X... do seu X
2410 ((bandeiras de cartão de crédito))... éh::... além de você poder parcelar em
2411 até doze vezes sem juros nesse CURso... e::u... posso te retornar
2412 trezentos reAis... **pra quê?** pra você ir lá no X ((nome da plataforma))...
2413 escolher um curso de sua prefeRÊNcia... né? tu/(...)
2414 CL [MAs esse curso é <u>on-line</u>
2415 tamBÉm?
2416 OP I::sso... tamBÉm... fica até meLHOr... né? porque cê POde::... fazer os
2417 dois cursos aí no (...)
2418 CL [que ho/
2419 OP [no seu tem::po...

- o argumento de testemunho

Trata-se de estabelecer fatos a partir do conhecimento pessoal que o enunciador tem dos mesmos. Existem regras que estabelecem as condições de aceitabilidade de um testemunho. A esse respeito, Plantin (2016, p. 564) faz a seguinte indagação: “somos testemunhas de nós mesmos?” Responde, nesse sentido, que a “negação não é uma prova de inocência, mas consideramos, com frequência, que a confissão vale como prova. Não é sempre o caso: segundo a lei judia, acredita-se mais no testemunho daquilo que fiz do que nas confissões que faço[197]”. Nessa perspectiva, consideramos que os relatos pessoais anunciados pelos operadores brasileiros a fim de reforçar seus argumentos valham como prova. Os operadores franceses não fizeram uso dessa técnica discursiva.

Ela constrói-se, igualmente, a partir de uma desfocalização, pois leva o cliente a focalizar-se em um universo no qual o personagem é o próprio operador que se encontra em uma situação na qual gostaria de colocar o interlocutor.

Em (87), no intuito de convencer a cliente a adquirir seu produto, a operadora brasileira procura evidenciar as vantagens do curso à distância em relação ao presencial e, para reforçar seu argumento, relata sua própria experiência revelando que desistiu de um curso presencial devido ao valor muito elevado.

(87) Diálogo 13

OPA [SE ele for FAzer um pre/ um presencial... se o X ((nome do neto da cliente)) for fazer um presenciAL...
CLE [( ) ele quer fazer
OPA [ele não vai ter::... ele não vai ter... outro curso gratuito e vai sair por MAis de dois mil reAis um curso... presencial...
CLE [eu sei::...
OPA [**porque eu já comecei fazer::... e eu desisti:::... porque éh tava muito CA::ro...** e o NOsso cur::so... ele ele tem parceria com o consuLAdo america::no...

[197] “Est-on témoin de soi-même?” Responde, nesse sentido, que “La dénégation n’est pas une preuve d’innocence, mais on considère souvent que l’aveu vaut la preuve. Ce n’est pas toujours le cas: selon la loi juive, on croit le témoin de ce que j’ai fait plutôt que les aveux que je fais”.

- o argumento pragmático

O argumento pragmático consiste em ponderar um ato a partir da avaliação de suas consequências. Nesse sentido, ele se decompõe em argumentação por consequências positivas, que incita o interlocutor a adotar determinada linha de ação ou, ao contrário, em argumentação por consequências negativas, que tem por finalidade dissuadi-lo. Como o objetivo do operador é o de convencer o cliente a realizar uma ação, o profissional expõe uma série de resultados positivos que decorrerão da adesão à sua proposta.

Essa estratégia seria similar à analogia, pois tem por finalidade desviar o foco para o além do aqui e agora, considerando as consequências, os resultados apresentados pelo argumento pragmático.

Em (88), nota-se que o profissional, perante a recusa da cliente em preencher o cadastro, o que representa a rejeição de sua oferta, destaca os inúmeros benefícios dos quais usufruirá se adquirir o produto proposto: uma melhor qualificação, uma melhor colocação no mercado de trabalho, um novo emprego com um melhor salário, além de se beneficiar de 42% de desconto; nas palavras do operador “só alegria, só melhoria” para a vida da cliente.

(88) Diálogo 02

0158	OP	[...] aí QUAl o seu nome comPLEto X ((nome da cliente))... pra gente já
0159		começar o seu caDAStro e já liberar o cur::so?
0160		NÃ:::o éh:::: eu não vou fazer agora nã::o...
0161		e o que lhe imPE::de X ((nome da cliente))... de começar já a aprender
0162		aGO::ra... **fiCA::r... ma/ éh... melhor colocada no mercado de**
0163		**traBA::lho... receber a economia de setecentos e vinte reA::is que**
0164		**você tá recebendo aqui da GENte... quarenta e dois por cento de**
0165		**desCON::to...** o que que lhe imPEde?
0166		Ah NÃ::o... agora eu não vou mais ter como estudar não...
0167	CLE	E o que lhe imPE:::de X ((nome da cliente))? **aproveita o moMEN::to... o**
0168		**momento é E::sse... um novo ano chegan::do... um novo ci::clo... uma**
0169		**X ((nome da cliente)) estuDA::da... melhor qualificada pro mercado de**
0170		**traBA::lho... uma X ((nome)) que vai receber um salário meLHOr**
0171		**porque tem inGLÊ::s... ou seja... X ((nome da cliente))... o que eu tô**
0172		**lhe disponibiliZAN::do... é SÓ alegria pra sua VI::da... né::? você vai**
0173		**saber um novo idiO::ma... vai ficar melhor qualificada pro mercado de**
0174		**traBA::lho... possivelmente você vai tá num outro emprego que lhe**
0175		**PAgue muito meLHOr... ou seja X ((nome da cliente))... tudo isso é só**
0176		**melhoRI::a...** e o que tá lhe impedindo aGOra de fazer o CUR::so?
0177	OP	ahn não... não vou fazer aGOra não...

No contexto cultural francês, como se pode observar em (89), a operadora emprega a mesma estratégia: diante da resistência do cliente em aceitar sua proposta, a saber, uma ferramenta de divulgação digital para sua empresa, aproveita-se de seu pedido de esclarecimento para apresentar as repercussões positivas que seriam alcançadas ao adquiri-la, como atrair novos clientes, tornar a empresa conhecida, além de poder beneficiar-se de uma avaliação personalizada que atenderia, especificamente, às suas necessidades.

(89) Diálogo 11

CL [vous allez travailler sur quoi ? sur le référencement euh:: ( )

OPA [aLORs... **avec votre page Internet locale on va... on va la rendre visible du coup sur:: Google... sur les premiè::res... les premières positions... LÀ où tout le monde clique finaleMENt... pour vous apporter des nouveaux clients... donc soit pour la voiture soit pour l'utiliTAlre... soit pour les deux en fonction de vos besolNs... bien entendu::... en fonction de votre budget aussi parce qu'y a PAs de budget FI::xe... seulement des fourCHEttes... on vous impose PAs:: un budGEt... donc::... et après c'est possible aussi de mener des campagnes Facebook... puisque normaleMENt... vous avez un::: un prestataire chez X ((réseau d'enseigne)) qui vous aNlme la page Facebook... vous savez qu'il vous fournit des visuEls... qu'il vous partage des articles... NOUs on est vraiment là justement pour euh... vous rendre viSIble et mener des campagnes Facebook aussi... ben pour la notoriété de votre aGENce... et puis vous faire connaî::tre et euh... si jamais vous avez des promotions:: ce genre de chose** donc... je voulais vous monTREr via mon écran euh::: ben justement à quoi ça consistait pour que soit plus concret pour vous:: mais j'aurais besoin d'un

CL [ouAIs...

OPA [quart d'heure... donc si vous voulez je peux vous rappeler cet après-midi ou demain... y a pas de souci...

CL euh:::... voil/ ben rappelez-moi rappelez-moi... dans ce cas-là::... rappelez-moi demain...

- a regra de escassez

Os operadores brasileiros e franceses procuram desconstruir o dissenso e fazer com que os clientes aceitem seu produto ou serviço empregando a regra de escassez, que consiste em mostrar que a ação proposta é destinada a um número limitado de pessoas ou empresas e que, por sua exclusividade e excepcionalidade, deve-se aproveitar a oportunidade. Ela produz uma inversão da relação de forças existente na interação de televendas, pois coloca o cliente em posição de

privilegiado e o operador em situação de submissão, como se os primeiros fossem os ganhadores e os outros estivessem totalmente a seu serviço. Trata-se, pois, de uma desfocalização, como ocorre na analogia e na comparação, mas no sentido estrutural, pois se baseia na inversão discursiva da relação de forças de uma situação real de televendas.

Em (90), como o cliente mostra-se resistente em adquirir o curso de inglês, o operador informa que se trata de uma campanha direcionada a poucas pessoas no intuito de provocar seu desejo de compra, afinal, trata-se, conforme aponta, de uma situação excepcional. A inversão da relação de lugares pode ser evidenciada nas linhas 2404, 2405, em que o operador reforça a posição privilegiada do cliente ao afirmar que fará uma oferta ainda melhor para ele, leia-se, para nós.

(90) Diálogo 16

2399 OP ah:: sim::... mas o::: o investimento... ficou acessível pra voCÊ::? cê achou
2400 intereSSANte?
2401 CL MAis ou MEnos... eu tenho que analisar mais outras proPOStas pra
2402 poder:::... ver qual que eu vou escoLHEr...
2403 OP bo::m... **como essa é uma campanha direcionada pra poucas**
2404 **pessoas... X ((nome do cliente))... e::u vou fazer uma oferta ainda**
2405 **melhor pra voCÊ::... JÁ:: fechar um curso como esse HO::je... tá::?**

Em (91), o operador tenta convencer o cliente a participar de uma campanha de economia de energia elétrica. Diante de sua pergunta, o que denota, de antemão, sua disposição à contestação, o operador afirma que a campanha que propõe lhe permitiu desbloquear seu orçamento publicitário para selecionar entre três e sete famílias que poderão dividir por dois ou mais o valor de sua fatura de energia elétrica ou gás, ou seja, apresenta sua ação de modo que o cliente acredite que foi “selecionado” para participar da mesma, e que deve, portanto, aproveitar a oportunidade.

(91) Diálogo 03

0344 CL [MAIs qu’est-ce que vous allez me poser comme question
0345 LÀ... vous me cherchez pourquoi ?
0346 OP [alors... alors... justement...
0347 CL [oul...
0348 OP [je vous ai appellé
0349 monsieur X ((nom du client)) pour vous dire donc déJÀ:: que la campagne
0350 est tout à fait favorable sur X ((ville))... d’accord ? **ce qui**
0351 CL [oui
0352 OP [**nous a**

0353 **perMIs de débloquer notre budget publicitaire pour sélectionner entre**
0354 **quatre et sept faMIlles... qui vont pouvoir diviser par deux ou plus::...**
0355 **LEUr facture d'énergie notamment d'électricité ou de gaz... d'accord** ?
0356 sans que cela ne l' [sic] implique
0357 CL [oui
0358 OP [monsieur X ((nom du client))

- a regra da urgência

Esse procedimento argumentativo provoca efeitos semelhantes à regra de escassez, mas está relacionado ao tempo e à oportunidade. Assim, os operadores estabelecem um prazo limite para a aquisição do produto ou a realização de um serviço a fim de obterem uma resposta rápida do cliente, incitado pela limitação temporal.

Todas essas regras procuram mostrar uma virtude. Nesse caso, não são mais os privilegiados que serão beneficiados, mas os mais velozes. Além disso, os operadores, no intuito de valorizar a proposta e levar o cliente a acreditar que se trata de uma oportunidade, apresentam-na associada à ideia de sacrifício, como se estivessem propondo algo que lhes fosse custoso e que, por isso, não durará muito; assim sendo, o cliente deve apressar-se, pois se trata de uma oferta que não se prolongará. Nessa perspectiva, a empresa ganha duplamente, pois a regra de urgência recai sobre o prestígio da proposta, uma vez que a transforma em oferta, o que valoriza, automaticamente, a própria empresa. Trata-se, na verdade, de uma negociação maquiada em oferta na qual o cliente tende a acreditar que se trata de uma oportunidade, e não de uma negociação.

Em (92), embora a cliente tenha aceitado, inicialmente, fazer o cadastro para adquirir o curso de inglês, no momento de realmente efetivar o preenchimento, tenta postergar a ação, o que pode colocar a operação comercial em risco. A operadora brasileira insiste, então, afirmando que sua ação não levará mais do que cinco minutos e destaca que, como se trata de um cupom de desconto, o valor combinado só teria validade para aquele dia no intuito de influenciar a cliente a aderir à ação.

(92) Diálogo 05

0552 CLE [...] só que tem como eu fazer esse cadastro com você um pouqui::nho
0553 depois porque eu tô em horário de traBA::lho... vai ficar um pouco
0554 compliCAdo de eu poder tá te paSSANdo os DAdos todos...
0555 OPA entendi mas assim... X ((nome da cliente)) eu não vou levar MAis que

0556 cinco minutos pra fazer esse caDAstro... e **como esse:: cupom de**
0557 **desCONto... ele só tem validade pro dia de HO::je...** entenDEu?

Em (93), por exemplo, a operadora explora a mesma estratégia: estabelece um prazo reduzido, 48h, no intuito de induzir a cliente a participar de um teste de hermeticidade.

(93) Diálogo 26

3357 CLE QUOI ? aLORs qu'est-ce qu'il vous faut ?
3358 OPA alors:::... euh:: je vous appelle pour vous informer que **dans les**
3359 **prochaines quarante-huit heures** donc... rue X ((nom de la rue))... il va y
3360 avoir un relevé d'herméticité qui sera effectué chez tous les propriétaires
3361 de maison de plus de quinze ans

- a apresentação de alternativas

Uma outra técnica empregada pelos operadores para tentar concluir de modo favorável a ação comercial é dar alternativas ao cliente, ou seja, apresentar diferentes possibilidades para que possa optar, o que, à primeira vista, confere um caráter de menor peremptoriedade à ação e pode, por conseguinte, conquistar sua cooperação. Todavia, nessa estratégia, o operador também constrói uma inversão, assim como na regra de urgência, pois dentro dessa suposta flexibilidade, circunscreve um só mundo, de natureza coercitiva, no qual coloca como única possibilidade a compra do produto. Assim, apesar de propor diversas alternativas ao cliente, todas elas estão subordinadas a esse único mundo por ele, previamente, definido e inalterável.

Em (94), embora o cliente tenha aceitado avaliar o material referente ao curso de inglês que será enviado por e-mail pela operadora, apresenta justificativas que prenunciam sua recusa. A profissional, por sua vez, ao obter a confirmação de que a negativa do cliente seria por questões financeiras, afirma, imediatamente, haver diferentes alternativas, como a opção de parceria por convênio, que não envolveria, *a priori*, nenhum capital. Contudo, seu objetivo inicial continua imutável.

(94) Diálogo 01

0055 CL [...] então eu vou avaliar o materiAl... mas eu não vou:: te conseguir... te
0056 posicionar sobre uma possível parceria aGO::ra... aí...
0057 OPA [ahn...
0058 CL [só lá a partir do mês de mar:::ço... abril...

0059 OPA entendi...
0060 CL é... devido a essa questão da reestruturação...
0061 OPA mas Isso...
0062 CL [se você quiser me dar um reTORno?
0063 OPA aham... CLAro... eu vo::u... te passar então a proPOSta... mas aí nessa
0064 questão de reestruturação que você FAla... seria por questões
0065 finance::iras... ou seria por...
0066 CL [sim p/
0067 OPA pode falar...
0068 CL questões fi/ financeiras mesmo...
0069 OPA **É porque até nesse <u>e-mail</u> que eu vou te paSSAr X ((nome do**
0070 **cliente))... lá você vai ver que tem VÁ::rios tipos de parceRI::as...**
0071 **tanto que a primeira opção de parceri::a... seria um/ uma parceria por**
0072 **conVÊ::nio... aonde vocês da X ((nome da empresa cliente))... não**
0073 **precisarão investir qualquer valor finance::iro... tá... no proJE::to...**
0074 **porque funcionaria através... como se fosse uma indicaçã::o...** e aí
0075 todos os colaboradores de vocês... éh::... tendo o interesse em fazer o
0076 CURso... eles teriam um suPORte dire::to aqui com nosso <u>call CENter</u> e
0077 com nosso <u>SI::te</u>... e teria mais de sessenta e quatro por cento de
0078 desconto em relaÇÃo ao valor de merCAdo... né::... até mesmo porque... o
0079 curso <u>on-line</u> do X
0080 [ah é? seria uma parceria... então...

Em (95), a operadora propõe uma ação que envolve o isolamento térmico de residências. Como o cliente indaga-lhe a respeito da possibilidade de contatá-la em algum número telefônico, pois não poderia decidir naquele momento, a profissional, consciente de que sua anuência poderia reduzir as chances de sucesso da ação, apresenta, imediatamente, uma outra opção: declara ao cliente que pode contatá-lo mais tarde, caso prefira. Todavia, como sua sugestão pareceu não resolver o problema, propõe, novamente, uma outra alternativa: a confirmação ou o cancelamento do agendamento em uma nova ligação a ser realizada no dia anterior à visita.

(95) Diálogo 08

1051 CL [est-ce qu'on peut:: est-ce qu'on peut vous rappeler à un
1052 numéro ?
1053 OPA **Alors... si vous voulez je peux vous rappeler un peu plus tard HEin ?**
1054 **vous êtes au travail je crois...**
1055 CL [oui mais le problème c'est que je sais pas quand est-ce qu'ils seront
1056 dispos... moi mais:: eh mais::: mes parents ils sont difficilement ici...
1057 donc::...
1058 OPA ouais... parce là:::... euh:: parce que en fait moi ce que je FAIs
1059 habituellement monsieur... ah je vous expliquais... **je prends un petit**
1060 **rendez-vous... euh:: là::... euh:: et... j'appelle toujours eux ou ma**
1061 **responsable téléphone toujours le jour avant du rendez-vous... et si y**
1062 **a besoin de le déplacer ou de l'annuler... on lui dit à ce moment-là y a**
1063 **pas de problème... et moi je vous donne un/un numéro de téléphone...**

1064 **si vous avez besoin en parlant avec votre:: euh::: vos parents euh::...**
1065 CL [oul::...
1066 OPA voilà oui...

- o argumento de autoridade

O argumento de autoridade consiste em explorar os créditos dos quais uma pessoa ou um grupo considerados competentes, respeitáveis, notáveis, etc., desfrutam em determinado âmbito a fim de provar que uma proposição é aceitável. Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014, p. 348) “o argumento de prestígio mais nitidamente caracterizado é o argumento de autoridade, o qual utiliza atos ou juízos de uma pessoa ou de um grupo de pessoas como meio de prova a favor de uma tese”.

Como as ações propostas nas interações sob análise são de natureza comercial, as empresas que as oferecem, no intuito de atestar a qualidade e a singularidade de seus produtos e serviços, evidenciam o nome de instituições que gozam, em princípio, de um reconhecimento na sociedade, com as quais tentarão efetivar, mais facilamente, a operação comercial.

Em (96), o operador brasileiro procura desqualificar o desacordo apresentado pela cliente defendendo a irrelevância do investimento diante dos benefícios que o curso de inglês trará ao seu currículo haja vista sua qualidade, pois, de acordo com ele, o Consulado americano seria o seu maior parceiro e apoiador. O agente de televendas faz uso, pois, do prestígio que envolve essa instituição, sobretudo por representar os Estados Unidos, considerado um dos países anglófonos mais influentes do mundo, para legitimar e valorizar a formação ofertada. Assim, é uma maneira de transferir a autoridade do Consulado para a empresa que representa, ou seja, coloca-se sob a autoridade, o prestígio, do outro para buscar um benefício para si mesmo.

(96) Diálogo 12

1769 CLE eu não posso nem... mesmo que o valor seja BEm bem bai::xo... eu não
1770 posso éh:::... ter nenhum tipo de comproMIsso... porque realmente eu não
1771 sei se vou poder cumprir::... entendeu?
1772 OP [não eu compreendo senhora X ((primeiro nome da
1773 cliente))... sem problema algum... mas aí... senhora X ((primeiro nome da
1774 cliente))... aqui tá o bacana ó::... e se a senhora pegar setenta e NOve e
1775 noVENta... e dividir por TRINta... que é o número de dias que temos no
1776 MÊs... a senhora vai tá fazendo um pequeno investimento DIa de dois

reais e sessenta e seis cenTA::vos... ou seja... se a senhora economizar dois reais e sessenta e seis centavos... DI::a... no final do mês... a senhora tem o valor aí::... total pra pagar de setenta e nove e noVENta... e:::... o curso X ((primeiro nome da cliente))... ele vai trazer aí um grande peso ao seu currículo no mercado de traBAlho... por mais que a senhora trabalhe auTÔnoma hoje... esse curso... caso a senhora queira voltar ao mercado de traBALho... né? e trabalhar regisTRAdo... vai trazer um gran::de peso por quê? **porque o NOsso maiOr parceiro hoje... o nosso maior apoiaDOr... é o consuLAdo ameriCAno... a senhora vai ter aí um certifiCAdo com o apoio do ser/ do consulado ameriCANo... né? o que é bem baCAna...** o que difere bastante esse curso... que ele é bem imersivo e totalmente interativo... imersivo por quê? porque ele vai imergir... a senhora totalmente no inGLÊs... não é um curso que vai ficar de enrolaÇÃo... e demorando né? pra senhora aprender as coisas... **justamente por conta disso que nós temos aí o principal apoiador... o consulado ameriCAno...** que é um curso realmente que vai te dar uma didática muito boa...

Em (97), a cliente recusa-se a participar da ação proposta pela operadora, a saber, um teste de hermeticidade, por se tratar, segundo sua apreciação, de uma operação comercial. Sustenta sua posição declarando que a empresa possui um cliente que a contratou para executar o procedimento, o que envolve, portanto, interesses comerciais. A operadora, por sua vez, contra-argumenta afirmando que possuem um registro em cartório, o que denota, pois, que a operação comercial foi oficialmente registrada, com a finalidade de legitimar sua ação, o que comprovaria, então, a veracidade de suas proposições.

(97) Diálogo 26

CLE oui... mais vous avez un... une mission
OPA [je vous raSSUre...
CLE [à remPLIR:: et c'est le BUt c'est:: de trouver des::... des gens qui::
OPA [qui participent...
CLE [qui participent... c'est tout voilà::...
OPA [exacteMENt... c'est bien ÇA::... nous...
CLE [en tant que bureau d'études... vous avez un cliENt::... vous avez un cliENt qui vous a commissioNNÉ pour faire ça... on est bien d'accord::...
OPA ben non... PAS DU TOUT maDAme
CLE [donc... je vais remplir votre
OPA [**on a avis avec le::... on a avis avec les offices notariAUx madame... X ((région))...** vous êtes répertoriés en fait sur un fichiEr... chargé de regrouPEr tous les propriéTAIres sur la commune... madame (...)

- a regra da especialidade

Ao empregar essa técnica, os operadores agem como especialistas da área e conhecedores profundos do produto ou serviço que desejam vender, fazendo uso de um vocabulário técnico e agindo, em alguns casos, como verdadeiros consultores – dar conselhos permite ao operador valorizar-se e, assim, conquistar a confiança e a cooperação do cliente. Encontramos manifestações dessa estratégia somente no *corpus* francês.

Em (98), o operador contata um comerciante a fim de lhe propor uma solução digital que visa o redirecionamento de consumidores. Como o cliente, ainda que indiretamente, apresenta sua objeção, o operador procura desconstruir o dissenso e convencê-lo a conhecer seu produto colocando em evidência sua experiência, ao declarar que já trabalhava com várias agências de locação de automóvel, setor de atividade do interlocutor, e pronunciando-se como um profissional atento às tendências e necessidades do mercado. Nesse sentido, age como um consultor que aconselha, ou melhor, que procura induzir o cliente.

(98) Diálogo 20

CL si... c'est moi le géRANt::... mais euh::...
OP [d'accord...
CL [je vous avoue qu'on communique PAs par InterNEt... quasiment pas... quasiment pas::
OP [parce que c'est rare... c'est rare... hm hm...
CL c'est RAre ouAIs... c'est pas::... c'est pas::... c'est pas notre coeur de cible du tout...
OP hm hm**... je sais bien comment ça se passe on travaille déjà avec plusieurs donc:: agences de location euh:: automobile avec chauffeur bon... MOI ce que je vous propose parce que moi je vous contacte à la base... parce qu'y a déjà de la recherche... d'accord ? donc... moi ce que je vous conSEIlle euh:::: vous savez plus que moi en fait que Google actuellement présente bien sûr un marché... eh::: bien import/ important bien SÛr surtout que::... surtout que dans votre secteur d'activité quand même... pour chercher par exemple une aGENce... pour quelqu'un qui connaît pas par exemple d'agences qui sont sur X ((ville))... automatiquement ils font des recherches sur Google directement... d'accord ? MOI ce que je vous conSEIlle dans un premier TEMps... euh::: je voulais vous mettre en relation en direct avec un collègue à moi... c'est monsieur X ((nom du collègue))...** comme ça on vous présente les recherches qu'on a sur Google... on vous dit voilà... sur sur X ((ville)) y a un taux... combien de personnes cherchent

- as marcas de apreciação

A modalidade apreciativa é a expressão da atitude do locutor no enunciado em relação ao conteúdo proposicional por meio da qual expressa sua visão do valor de determinado objeto. A presença de avaliações pode levar o cliente a construir uma representação positiva da ação proposta e influenciá-lo a aceitá-la. Nessa perspectiva, os operadores brasileiros e franceses empregam, em seu discurso, uma série de elementos apreciativos, sobretudo adjetivos subjetivos avaliativos axiológicos (cf. Kerbrat-Orecchioni, 1980, p. 74), além de alguns advérbios, para valorizar seus produtos e reforçar os argumentos apresentados. Constata-se que, em geral, essas avaliações são empregadas em enunciados de contra-argumentação, além de haver uma presença mais significativa desse recurso em português. Talvez a maior informalidade presente nas ligações brasileiras deixe o caminho livre aos operadores para deixar, ao longo do discurso, marcas de suas apreciações pessoais.

Em (99), o cliente refuta a proposta do operador brasileiro apresentando como justificativa o fato de estar desempregado. O agente de televendas, por sua vez, emprega uma série de avaliações a fim de mostrar ao interlocutor que se trata do momento ideal para realizar o curso, haja vista sua situação desfavorável. Ressalta, assim, os benefícios envolvidos na ação bem como a qualidade da formação que propõe por meio do uso de adjetivos (ou locuções) subjetivos avaliativos e afetivos, advérbios de intensidade, superlativos e comparações.

(99) Diálogo 15

2280 OP [...] ficou alguma dúvida até
2281 aQUI::?
2282 CL não não... tudo cer::to...
2283 OP ah::: baCA::na... aí:::... X ((nome do cliente) (...)
2284 CL [só que eu pretendo pensar um pouquinho
2285 priMEiro... entenDEu? que eu tô::: desempregado aGO::ra...
2286 OP enTENdo... X ((nome do cliente))... aí que é aGOra que você... p/ hum...
2287 precisa **mais que nunca** invesTIr... não é verdade? nos seus esTUdos...
2288 porque pen::sa X ((nome do cliente))... você tendo o inglês... já faz **um**
2289 **diferencial daNAdo** aí no cuRRÍculo... né::? e fora X ((nome do cliente))...
2290 CL [isso aí eu sei como é::...
2291 OP [que eu tô
2292 disponibilizando pra você uma **GRANde economia**... né? quarenta e dois
2293 por CENto X ((nome do cliente))... setecentos e vinte reais de
2294 desCON::to... quase um salário MÍnimo... em vez de você pagar o valor

reAl do curso... que é cento e trinta e NOve e noVENta... eu tô investino pra você aí o desCONto... colocano cuPOm... você vai investir apenas setenta e nove e noVENta... X ((nome do cliente)) e fora que você vai tá pagano **o melhor... CURso de inglês do BraSIL**... como eu lhe DIsse...

CL [aham...

OP [nós somos hoje **a única INstituição** que tem parceria e o certifiCAdo com o consuLAdo ameriCA::no... nenhuma outra escola

CL [( )

OP [tem aprovação do consuLA::do... nó/ você vai tá fazeno **um inglês de resPE::ito**... X ((nome do cliente))... realmente você vai faze/ cursar aí com **a melhor esCOla...**

Em (100), o operador oferece um sistema para a produção de energia elétrica doméstica. Diante da aparente falta de interesse da cliente por sua oferta, procura evidenciar, mediante o uso de elementos avaliativos, a importância da solução que propõe bem como sua consolidação no mercado, a fim de levar a interlocutora a alinhar-se aos seus propósitos e a adquirir o produto.

(100) Diálogo 19

OP [...] ma question était de savoir si vous étiez sensible au fait de:: de... produire et de consommer votre propre énergie électrique...

CLE Ah... alors là... y a pas mon mari... je sais pas du tout ((rires))

OP [NOn... parce que NON NON... **c'est imporTANt** enfin... **c'est**

CLE [oui...

OP [**important...**

CLE [oui...

OP [ouI::...

CLE [hm...

OP [**c'est important** c'est même pas L'A/::... c'est même pas l'avenir... c'est le présent**...** donc

CLE [oui::...

OP [aujourd'huI::... par rapport à à à:: à à la CHERté... et par rapport au au au **concept qui est très::...** enfin::... **qui est très développé::...** je vous aSSUre qu'aujourd'hui vous avez la possibilité de produI::re... de consommer faire tourner vos appareillages... vous chauffer vous rafraîchir... et:: même stocker... donc::: y a beaucoup de PERsonnes qui nous aPPEllent...

CLE oui

OP [et::: donc::: vous avez droit à une éTUde en tant que propriéTAIre... c'est tout à fait gratuit ça vous engage à riEN::... [...]

- os enunciados de insistência

Se, por um lado, as operações de televendas são marcadas por uma forte codificação das trocas comunicativas, devido ao seu caráter ritualizado e planificado determinado pelo *script*, de outro, sobretudo quando há um posicionamento de questionamento da parte do interlocutor, manifestam-se atividades discursivas locais construídas em torno do desacordo, o que confere à interação um caráter de imprevisibilidade. Em ambos os *corpora*, houve a presença de conflitos marcados por desacordos que desencadearam negociações conversacionais ora mais amenas, predominantes em português, ora mais acaloradas, mais comuns em francês. Nessa perspectiva, um dos recursos explorados pelos operadores no intuito de provocar a cooperação dos clientes e levá-los a aceitar sua proposta são os enunciados de insistência. Em geral, em nossos dados, as trocas estendidas por insistência são desencadeadas na parte final das sequências argumentativas em reação a objeções apresentadas pelo interlocutor. Um procedimento recorrente adotado pelo operador é questionar o que acaba de ser dito e mostrar, continuamente, que o posicionamento do cliente não é pertinente.

Trata-se de uma técnica singular, uma vez que consiste em tentar convencer o outro pela fadiga, ou seja, fazer com que abandone sua posição pelo cansaço, o que representa um ataque à sua face. As oscilações prosódicas empregadas como reforçadoras das posições dos interlocutores são, igualmente, características das sequências de insistência.

Em (101), o operador indaga o cliente a respeito de sua disponibilidade para contatá-lo em outro horário, pois percebe que, naquele momento, está atarefado. Como refuta sua proposta, o agente de televendas contesta a objeção apresentada e tenta, inicialmente, convencê-lo a especificar um horário. Como não obteve êxito, procura levá-lo a preencher o cadastro naquele momento. Mesmo diante de todas as recusas do cliente, o operador ainda insiste e declara que retornará a ligação na segunda-feira seguinte, proposição finalmente aceita pelo cliente, possivelmente vencido pela insistência do profissional.

(101) Diálogo 06

0845	CL	é... aqui é sempre BE::m... bem corrido aqui mesmo...
0846	OP	**QUAl horário que é seu horário de almoço... X ((nome do cliente))?**

0847 CL NÃo... eu fico mesmo pela LO::ja... não num num... num vou nem em
0848 CAsa... porque aqui é muito coRRIdo...
0849 OP **nã::o... entendo... mas cê não tem hoRÁrio de almoço aí no seu**
0850 **serviço... cê não tira um horário pra alMOço ?**
0851 CL NÃo... no momento NÃ::o... porque::: aqui é um:::.. é um:::... é MU::ita
0852 GE::nte... não tem como no momento... ((risos))
0853 OP [**entendi X ((nome do cliente)) então vamos**
0854 **fazer assim ÓH::... vamos fazer o caDAStro já::...** éh::... você usa a
0855 plataFOR::ma... porque aí quando você estiver... que nem você disse...
0856 daqui uns três quatro meses... mas daqui três quatro meses você vai
0857 fazer um investimento no valor... de cento e trinta e NOve... né? e hoje
0858 você tá tendo a oportunidade X ((nome do cliente)) de setenta e nove e
0859 noVENta... o CURso... ele tem a duração aí de
0860 CL [hum::..
0861 OP [CINco anos de validade na
0862 plataFORma... ou seja... você tem até
0863 CL [hum..
0864 OP [CINco anos... pra fazer o curso pra
0865 ele não expiRAr... então você vai conseguir fazer o curso norMAL... o
0866 bacana é que você já gaRANte esse valor meNOr... né? o que é BE::m
0867 melhor pra você tamBÉm... porque economizar é interessante... não é
0868 verDAde X ((nome do cliente))?
0869 CL é verDADe... mas aGOra... com gente aqui não DÁ::... tá:: tá muito corrido
0870 pra mim...
0871 OP **mas aÍ::... ô:: X ((nome do cliente)) eu faço o cadastro com você aqui**
0872 **em CINco minutos... é bem RÁpido... muito rápido MESmo...**
0873 CL NÃo... não tem CO::mo... já tão me chamano aqui pra mi::m já resolver
0874 uma... situações aqui...
0875 OP **enten::do X ((nome do cliente))... cê não tem CINco minutos pra fazer**
0876 **esse caDAStro?**
0877 CL TEnho não... TEnho não... agorinha agorinha não... eu tenho que
0878 desliGA::r...
0879 OP **mas tudo bem então... eu lhe reTORno na seGUNda... tá BOm? pra**
0880 **fi/ pra faLAr com você...**
0881 CL TÁ bom... então...

Nota-se que em (102), a operadora questiona a refutação do cliente, que afirma não ver utilidade no teste de hermeticidade por ela proposto. A profissional contra-argumenta destacando a importância da ação, o que faz, incessantemente, até o final da interação, uma vez que o cliente não modifica sua posição. Mesmo diante de sua objeção, a profissional encerra a ligação afirmando que o contatará posteriormente (linhas 3665 e 3688).

(102) Diálogo 27

3628 CL euh... je vois pas d'utilité... hein ? honnêteMENt... je vois pas:: l'utilité...
3629 OPA **BEN y a l'utilité pour VOUs et pour NOUs...**
3630 CL [si ça sert à vous... c'est vrai mais::... ben vous pouvez ( )
3631 OPA [**BEN si monsieur... ensuite il y**
3632 **a un intéRÊt colleTIf pour tous les franÇAIs qui paient des impôts et**

qui aimeraient... qu'ils soient mieux utilisés car le gaspillage est partout:: monsieur donc votre intéRÊt est de

CL [écoutez...

OPA **[mieux connaître votre habitation et de savoir si vous ne dépen/**

CL [écoutez... j'ai fait partie d'un groupe...

OPA [**si vous ne dépensez pas plus que nécessaire...**

CL j'ai fait partie d'un groupement syndical... qui:: re/

OPA [oui::...

CL [qui regroupe dix-sept pavillons identiques à peu près au miEN::...

OPA bien SÛR...

CL bon BEn vous faites mon voisin::... et puis j'suis tranquille... voyez-vous ?

OPA **oul::... mais y a aucun souCI:: monsiEUr mais on do/ nous:: on doit sensibiliSEr le::... le plus grand nombre de perSOnnes c'est pour ça qu'on vous fait aPPEL [sic] monsiEUr...**

CL ben appelez mes autres voisins::...

OPA [**certes c'est une étude priVÉe:: mais elle servira au plus grand nombre de franÇAIs dans leur ensemble monsiEUr... c'est un zest/ c'est un geste...**

CL [appelez mon voisin::... ((voix sarcastique))

OPA [**excusez-moi... patriOte hein ?**

CL appelez mon voisin puisque demain j'suis pas là...

OPA **d'accord... mais dans la journée de jeudi monslEUr::... seriez-vous dispoNIble ?**

CL non::... non...

OPA coMMENt:: ?

CL non PLUs::... je dis...

OPA **d'accord**

CL [mais...

OPA [**mais je vous rappellerai ultérieurement monsieur X ((nom du client))**

CL [il/il/

OPA bonne journée à VOUs::...

CL [il va y avoir des chale/ il va y avoir des chaleurs... j'serai pas là...

OPA **d'accord... ben y a aucun souCI:: mais::... on/ je reviendrai vers vous ultérieurement monsieur...**

CL mais je vois pas l'intérêt pour moi hein ?

OPA **BEn:: l'objectif n'est pas de vous intéreSSEr monsiEUr... vous êtes concerné étant donné que vous êtes propriéTAIre d'une maison**

CL [voilà...

OPA **[de plus de quinze ans et que vous habitez**

CL [moi je/...

OPA [**la commune...**

CL [le seul conseil que j'ai à vous donner::... si vous voulez voir quelqu'un... dans le paviLLOn:: ah ben... c'est... dans les pavillons identiques... c'est des Kaufman... si vous voulez savoir tout...

OPA bien sûr...

CL bien... vous prenez le le pavillon voisin::... et puis ça y est... ça c'est le même...

OPA **d'accord... y a aucun souci::...**

CL [ça va ?

OPA **[mais on vous rappelleRA ultérieurement... monsieur...**
CL voilà...
OPA **[TOUt LE MONDE est concerNÉ... hein ? VOUs::... voiSINs... ainsi que l'ensemble des propriétaires français...**
CL [m/ moi j'suis pas du tout intéressé par votre histoire...
OPA **on ne peut m/mais l'objecTIF n'est PAS de vous intéreSSEr monsiEUr comme je vous l'ai dit hein ? vous êtes concerNÉ étant donné que vous êtes propriétaire d'une maison de plus de quinze ANs**
CL oui alors... ( ) (...)
OPA **[on ne peut malheureuseMENt passer à la place sur aucune des maiSOns monsieur... on doit VRAIment sensibiliSEr::... ah/ un PLUs grand nombre de personnes hein ?**
CL pour VOUs::... c'est pas pour moi...

Nota-se que os enunciados de insistência diferenciam-se das outras técnicas enquanto processo, pois são mobilizados, em geral, quando o operador esgota todos os seus recursos e, estando desarmado, procura convencer o cliente pela insistência. Em geral, ao longo dessas sequências, os interlocutores não se influenciam entre si e cada um se mantém em sua posição inicial, tanto que os desfechos dessas interações foram, em geral, negativos ou inconclusivos. A estratégia da insistência configura-se, pois, como o espetáculo do fracasso da interação liderado pelo operador.

De acordo com nossa análise referente aos procedimentos persuasivos, observamos que, embora haja especificidades em relação à manifestação do desacordo, mais regulares em português, haja vista que estão presentes em todas as interações, porém mais abundantes e incisivos em francês, uma vez que há uma maior frequência de desacordos no interior de uma mesma interlocução, havendo, pois, um maior dinamismo e reatividade revelados pelos clientes franceses, o que dá origem a trocas discursivas mais conflituosas, em termos de atividade persuasiva, há uma consonância entre as técnicas discursivas empregadas pelos operadores brasileiros e franceses, afinal, compartilham, quase que integralmente, todos os recursos discursivos explorados no corpo da interação no processo de negociação desenvolvido diante de um cliente resistente às suas propostas.

Nos dados em português, como o dissenso manifestou-se em todas as interações, há a presença de sequências argumentativas na totalidade das ligações. Assim, observa-se uma maior diversidade de táticas argumentativas empregadas

pelos operadores brasileiros. Atribuímos essa disparidade ao seguinte fato: como seus clientes são menos reativos, se comparados aos franceses, os operadores possuem maior liberdade de ação, haja vista a longa duração e a extensão de seus turnos de fala, o que lhes possibilita explorar com maior profundidade o argumentário que lhes é disponibilizado**.** Além disso, os desacordos foram manifestados de forma menos impositiva e, desse modo, apesar de terem discordado com maior regularidade, os clientes brasileiros foram mais polidos ao expressar seu dissenso, o que deu origem, da parte dos operadores, a enunciados de cunho mais argumentativo associados a um número menor de estratégias de polidez, pois não houve confronto relacional. Ainda que os clientes brasileiros concedam maior liberdade ao operador para comunicar-se, são mais resistentes ao seu poder persuasivo, dado que não houve nenhum desfecho positivo no *corpus* em português.

Já, em francês, não houve a expressão de dissensos em todas as interações e, nesse sentido, os procedimentos argumentativos, enquanto reguladores do desacordo, não se fizeram presentes na totalidade dos diálogos. Todavia, os dissensos foram manifestados de modo mais conflituoso, o que resultou em um uso mais acentuado de mecanismos de polidez pelos operadores, pois houve uma ruptura da esfera interacional do discurso.

Um indício da presença de uma maior dissensão no âmbito interacional nas interações francesas é a produção de sequências denominadas laterais (VION, 1992, p. 151-152), em que o desenvolvimento “normal” da interação é provisoriamente suspenso a fim de se resolver um problema particular. Há, então, a suspensão do desenvolvimento discursivo para se negociar questões relacionadas, por exemplo, à dimensão ilocutória do discurso que envolve, então, as relações, as posições interacionais, as imagens. Esses momentos parentéticos são, geralmente, delimitados por reguladores de natureza diversificada e, frequentemente, por variações prosódicas, como observa-se em (103), circunstância na qual há a manifestação desse tipo de sequência a fim de se resolver um conflito de ordem interacional, situação que não se produziu nos dados em português.

Em (103), antes de informar seu novo endereço à operadora, a cliente pede maiores esclarecimentos a respeito de sua identificação. Nota-se, pelas variações prosódicas existentes no discurso da profissional, o tom colérico incutido em sua resposta, o que leva a interlocutora a protestar, interrompendo o tópico discursivo

principal e dando início a uma sequência lateral em que expressa sua indignação diante da atitude da profissional.

(103) Diálogo 01

0034 CLE euh::: oul... mais vous êtes QUI:: en fait... exacteMENt ?
0035 OPA C'EST X ((nom de l'entreprise)) maDAme... c'est X ((nom de l'entreprise))
0036 c'est le nouveau NOM
0037 CLE [oui::...
0038 OPA [de X ((ancien nom de l'entreprise))...
0039 CLE [oui::...
0040 OPA [( )...
0041 CLE **oul::... bah euh::... attenDEZ::... euh::: calmez-VOUS HEin ? euh::: je**
0042 **peux... quand même (...)**
0043 OPA **[MOi j'suis CALme... d'accord ?**
0044 CLE **[NOn NOn... oul::... d'aCCORd... mais vous**
0045 **avez l'air excédée parce que je vous demande qui vous ê::tes...**
0046 **MAIs::... euh::..**
0047 OPA **[ah non NOn:: du tout... parce que moi... j'étais**
0048 CLE **[bon**
0049 OPA **[tranquillement en train de**
0050 CLE [non MAis
0051 attenDEz
0052 OPA **[dire le le voilà je propose**
0053 CLE [moi je moi je... je ne suis PAs
0054 OPA [( ) peut-être...
0055 CLE [je ne suis PAS... à X ((nom
0056 d'une compagnie d'électricité)) moi... je:: je suis euh:::
0057 OPA [( )
0058 CLE [voilà... je je je j'ai j'ai
0059 pas pris un abonneMENt... euh::: chez vous... bon donc alors je ne suis
0060 pas concernée...

Uma outra evidência da existência de um tom mais conflituoso entre os interagentes franceses é a presença de pedidos de desculpas, que tem por função restaurar o equilíbrio ritual da interação ao procurar neutralizar, simbolicamente, um ato ofensivo proferido contra o interlocutor, evento que também não se produziu entre os participantes brasileiros.

Há, portanto, em termos relacionais, algumas particularidades que envolvem as interações em português e em francês: haja vista o processo de construção conjunta do discurso e o trabalho de co-adaptação, enquanto os clientes brasileiros são menos participativos e mais harmoniosos, os operadores requisitam menos mecanismos de polidez, pois também procuram construir uma relação de proximidade com o cliente. Todavia, em francês, ocorre movimento oposto, pois, como os clientes franceses são mais incisivos ao expressarem sua objeção, além de

disputarem com maior veemência os lugares de dominância, os operadores recorrem, com maior frequência, a procedimentos de polidez a fim de regular a relação e reestabelecer o equilíbrio interacional.

Com base nessa constatação, podemos dizer que quanto maior o equilíbrio interacional, maior a quantidade de técnicas argumentativas e, quanto menor, maior a presença de mecanismos de polidez. Isso não significa que a existência de um anularia a outra, ao contrário, pois atuam, de modo geral, em conjunto: a argumentação opera como reparadora do nível proposicional e a polidez, do âmbito relacional.

Em relação, especificamente, à argumentação, nosso objetivo ao analisar os procedimentos persuasivos, não foi avaliar e distinguir argumentos considerados válidos, aceitáveis, dos que são falaciosos, sofísticos, como propõe a abordagem normativa da argumentação, dominante em contexto anglo-saxão, que visa a identificar as argumentações boas e as falaciosas, mas descrever estratégias discursivas empregadas pelos locutores para tratar o desacordo. Nesse sentido, compreendemos a argumentação como episódio regulador do desacordo, conforme propõe Bénoit (1988, p. 144-152), pois, segundo o autor, como o desacordo é uma ameaça para a relação, a argumentação funciona como episódio regulador no final do qual a perturbação desaparece e a relação é “reparada”. Todavia, em nossos dados, há casos em que a reparação não se efetiva, como em algumas interações pertencentes à modalidade de negociação conflituosa. De qualquer forma, delineia-se, igualmente, nessa relação, um problema de gestão de faces, afinal, o desacordo é um fator ameaçador das faces positiva e negativa dos interlocutores envolvidos na interação. O primeiro caso pode explicar, em tese, a dificuldade de se deixar convencer, afinal, um dos interlocutores será, obrigatoriamente, considerado desqualificado no final de um processo argumentativo e, o segundo, por obrigar os participantes a revisar suas opiniões. Nesse sentido, além da formulação discursiva, o processo argumentativo também produz uma dinâmica interacional.

Além disso, é necessário considerar, segundo Kerbrat-Orecchioni (1992, p. 163), que há aspectos do discurso “cuja função é preservar o caráter harmonioso dessa relação (na pior das hipóteses: neutralização dos conflitos potenciais; na melhor, fazer com que cada um dos participantes esteja, em relação ao outro, o

mais disposto possível)[198]". Nessa perspectiva, as regras de polidez jogariam contra a manifestação do desacordo e, portanto, ao desenvolvimento das argumentações nas trocas conversacionais. Porém, nas televendas, esse princípio não funciona como entre pares, uma vez que os desacordos são, praticamente, inerentes a essa situação de comunicação, haja vista o conflito de interesses existente entre os interlocutores. Além disso, a argumentação tem um propósito maior nesse caso: viabilizar a efetivação de uma operação comercial na qual o cliente tem a palavra final. Assim, como nossa análise pauta-se na observação de estratégias colocadas em prática em situações em que já houve a manifestação de uma dissensão, seja no nível das opiniões, seja no das relações, a polidez apresenta-se como mecanismo regulador do processo interacional, sobretudo enquanto neutralizadora da consolidação de uma atmosfera conflituosa, que poderia dificultar ou impossibilitar a aceitação da ação comercial.

Nesse sentido, após termos discutido a respeito das técnicas persuasivas das quais lançam mão os operadores brasileiros e franceses no corpo da interação no intuito de desconstruir o dissenso e levar o cliente a realizar a operação comercial, trataremos, a seguir, dos procedimentos de polidez mobilizados nessas sequências empregados ora como mecanismos reparadores do conflito, ora como ferramenta preventiva utilizada contra a manifestação de futuros dissensos.

4.5.1.2. Os procedimentos de polidez

No âmbito das ligações de televendas, a polidez linguística nos interessa enquanto reguladora da relação interpessoal nessa situação de comunicação em que os interagentes ocupam, em geral, posições antagônicas e em que o êxito de um é dependente do convencimento e acordo do outro.

Conforme a etimologia da palavra, a polidez tem a função de "arredondar os ângulos e 'polir' as engrenagens da máquina conversacional, a fim de preservar seus usuários de graves lesões" (KERBRAT-ORECCHIONI, 2006, p. 101). Kerbrat-Orecchioni (1992, p. 163) destaca que "são provenientes da polidez todos os aspectos do discurso 1. que são regidos por regras (mesmo que não sejam

[198] "qui ont pour fonction de préserver le caractère harmonieux de cette relation (au pire: neutralisation des conflits potentiels; au mieux: faire en sorte que chacun des participants soit envers l'autre le mieux disposé possible."

estritamente fórmulas “ritualizadas”), 2. que intervêm no nível da relação interpessoal, 3. *e cuja função é preservar o caráter harmonioso dessa relação*[199] [...][200]”.

Posto que as interações analisadas são ligações de televendas e que nosso principal objetivo, neste momento, é examinar as estratégias mobilizadas pelos operadores no processo de desconstrução do dissenso no corpo da interação**,** os mecanismos de polidez apreciados manifestam-se em sequências predominantemente argumentativas, dado que o operador tenta convencer o cliente, mediante a apresentação de razões e argumentos, a aderir à sua proposta comercial, ora explicitada de modo direto, caso das ligações brasileiras, ora dissimulada, como ocorre em grande parte das interações francesas.

Com base na teoria interacionista da polidez verbal (BROWN & LEVINSON, 1978; KERBRAT-ORECCHIONI, 1992), que define os indivíduos por suas faces e seus territórios, ou respectivamente, suas faces positivas e negativas, e estabelece a noção de polidez negativa, que consiste em evitar a realização de atos ameaçadores (FTA – *Face Threatening Acts*) ao interlocutor, ou atenuar um ato efetivamente realizado e, ainda, a de polidez positiva, que representa os atos detentores de um caráter anti-ameaçador (FFA – *Face Flattering Acts*), como elogios, manifestação de acordo, etc., Plantin, ao referir-se à polidez argumentativa, introduz a noção de anti-polidez:

> em uma situação argumentativa, os interlocutores utilizam uma espécie de ‘anti-sistema de polidez’, espelho do sistema da polidez. [...] A redefinição do sistema da polidez vale, estritamente, para os aspectos da pessoa, de suas faces e dos territórios, que estão engajados no conflito argumentativo. Fora desses domínios, as regras retomam seu poder (PLANTIN, 2016, p. 462)[201].

Assim, segundo o autor, em uma situação argumentativa, pode-se observar uma inversão dos princípios de polidez. Nesse sentido, as regras de polidez positiva não seriam aplicadas e as de polidez negativa se modificariam de acordo com a

---

[199] Grifos da autora.

[200] “relèvent de la politesse tous les aspects du discours 1. qui sont régis par des règles (même s’il ne s’agit pas à proprement parler de formules ‘routinisées’), 2. qui interviennent au niveau de la relation interpersonnelle, 3. *et qui ont pour fonction de préserver le caractère harmonieux de cette relation* (au pire : neutralisation des conflits potentiels ; au mieux : faire en sorte que chacun des participants soit envers l’autre le mieux disposé possible).”

[201] "dans une situation argumentative les protagonistes utilisent une sorte ‘d’anti-système de la politesse’, miroir du système de la politesse. [...] La rédefinition du système de la politesse vaut strictement pour les aspects de la personne, de ses faces et des territoires, qui sont engagés dans le conflit argumentatif. Hors de ces domaines, les règles reprennent leur droit."

natureza da situação de comunicação. Plantin (2016., p. 461-462), declara, por exemplo, que a regra de polidez “evite avançar sobre as reservas do interlocutor”, que corresponde ao princípio de não agressão “não viole o território do outro”, não se aplica em situação argumentativa, uma vez que haverá, obrigatoriamente, alguma forma de conflito territorial, pois há uma disputa do mesmo; uma outra regra de polidez recomenda evitar realizar contra o interlocutor observações desagradáveis, críticas muito agressivas, refutações muito radicais, etc., porém, em situação argumentativa, emprega-se, estrategicamente, a refutação radical em vez de evitá-la, além da realização de apontamentos negativos a respeito do adversário.

No que se refere às ligações de televendas, seu caráter ameaçador para o território e a face do cliente é evidente, pois é engajado em uma conversação que não solicitou cujo objetivo é convencê-lo a praticar uma ação que envolve custos. Pode-se dizer que a manifestação do dissenso é, praticamente, inevitável, dadas as especificidades desse tipo de interlocução, bem como a presença de sequências argumentativas, pois, se há dissenso, há, via de regra, argumentação. Todavia, as observações de Plantin (2016) a respeito da polidez argumentativa não se aplicam, satisfatoriamente, às ligações de televendas, pois, ao mesmo tempo em que os operadores necessitam argumentar para convencer o cliente a alinhar-se aos seus propósitos, devem fazê-lo do modo menos conflituoso possível a fim de cumprir o objetivo informacional sem ferir o nível relacional, uma vez que seu sucesso depende da aceitação do cliente. Desse modo, à medida que se aumenta o conflito, reduz-se a possibilidade de êxito da operação de televendas. Diante desse fato, os operadores recorrem às estratégias de polidez para que o contato continue da maneira mais harmoniosa possível no intuito de resguardar a relação interpessoal e aumentar, por conseguinte, as chances de obter um desfecho positivo.

Contudo, existem singularidades referentes à manifestação dos procedimentos de polidez empregados pelos operadores brasileiros e franceses. No primeiro caso, como os clientes brasileiros evitam, em geral, os confrontos diretos, preferindo esquivar-se da oposição, além de serem menos participativos, não houve a manifestação de eventos interacionais conflituosos que poderiam colocar a interação em risco. Assim, as estratégias de polidez empregadas pelos operadores ao longo das sequências argumentativas, em português, são menos numerosas, essencialmente de natureza preventiva e voltadas à construção de vínculos com o cliente a fim de estabelecer uma aproximação, uma relação de familiaridade, o que

atende, perfeitamente, às necessidades do operador, pois lhe confere maior liberdade para argumentar e apresentar suas contraposições e assegura-lhe, em princípio, o acesso a mais ferramentas para convencer o cliente sem ameaçar seu território ou sua face. Como a relação interpessoal está, em geral, regulada, a troca informacional ocorre de modo mais eficaz, haja vista a maior presença de mecanismos de argumentação no *corpus* em português. Embora a finalidade da ligação de televendas seja transacional, os operadores brasileiros buscam**,** portanto, construir, estrategicamente, uma relação de proximidade com o cliente, tanto que os mecanismos de polidez mais requisitados no decorrer da sequência argumentativa, em português, são de ordem relacional.

Já, em francês, como o dissenso é revelado pelos clientes sem desvios e, em alguns casos, de modo hostil, a presença de táticas de polidez é mais acentuada, além de haver o uso de mecanismos reparadores, que visam a reparar uma ameaça à imagem do outro ou uma intromissão em seu território, bem como preventivos, que têm por função prevenir uma possível ameaça ou obstáculo para alcançar uma meta. Assim, o sistema de polidez presente nos dados em francês é mais complexo e vasto, uma vez que é preciso regular a relação interpessoal. A maior tensão relacional que envolve essas sequências argumentativas também é evidenciada na frequência de atos ameaçadores ao cliente presentes nas ligações francesas. Ao se comparar os dois *corpora*, constata-se três vezes mais FTA's (assaltos de turno, sobreposição de vozes, refutações, etc.) no *corpus* francês. Observa-se, assim, um maior número de estratégias de polidez, tanto negativa, quanto positiva, empregados em âmbito francófono, como mencionamos.

Ainda que esses mecanismos tenham tido uma presença mais pronunciada em francês, os operadores brasileiros também os exploraram. Dessa forma, discutir-se-á, a seguir, a respeito dos procedimentos de polidez negativa, os mais recorrentes em nossos dados e, logo mais, acerca dos de natureza positiva. Como nosso propósito é analisar os procedimentos colocados em prática pelo operador direcionados ao cliente, nos ocuparemos, especificamente, dos mecanismos de polidez voltados às faces do interlocutor, e não às do enunciador.

I. Os procedimentos de polidez negativa

De acordo com Kerbrat-Orecchioni (1992, p. 194), a melhor forma de ser negativamente polido, é evitar cometer um ato que poderia ser ameaçador ao interlocutor ao longo da interação. Todavia, como essa estratégia de evasão nem sempre é aplicada, caso se realize o ato, a polidez impõe que seja suavizado, como uma medida compensatória, mediante o uso de procedimentos de atenuação – *softeners*, segundo Brown e Levinson (1978), ou *adoussiceurs*, conforme Kerbrat-Orecchioni (1992) – que mitigariam os efeitos dos atos ameaçadores. Assim, os atenuadores, que podem ser de natureza verbal, para-verbal ou não-verbal, desarticulariam, ao menos parcialmente, os conflitos que ameaçam surgir a qualquer instante no desenvolvimento da interação ou, ainda, neutralizariam os atos cometidos a fim de reparar o desequilíbrio ritual.

Nessa perspectiva, trataremos, a seguir, dos procedimentos de atenuação mais recorrentes em nossos dados. Essas estratégias possuem um funcionamento similar, o que nos permitiu organizá-las em dois grupos: os procedimentos de atenuação subsidiários, que consistem em suavizar um FTA acompanhando-o de uma fórmula atenuadora, ou ainda, os substitutivos, nos quais se substitui uma formulação direta por outra mais suave. Em alguns casos, essas estratégias são bivalentes, atuando tanto como procedimento de polidez, quanto de persuasão.

Assim, no que se refere aos procedimentos subsidiários, encontramos em nossas análises:

- o uso de fórmulas apelativas e de formas de tratamento

As formas de tratamento bem como as fórmulas apelativas (sintagmas nominais) foram as estratégias de polidez negativa mais recorrentes nas sequências argumentativas em ambos os *corpora*, porém, sua presença foi muito mais marcante nos dados em português. Além disso, como seu funcionamento pode ser considerado um marcador da concepção da relação interpessoal, familiar ou formal, houve uma inversão no que se refere ao número de ocorrências das fórmulas apelativas e das formas de tratamento nas interações em português e francês: enquanto, no primeiro caso, houve 102 ocorrências de fórmulas nominais (nome próprio) e 76 eventos de formas de tratamento (senhora), em francês,

contabilizaram-se 9 ocorrências de fórmulas nominais (sempre acompanhadas por uma forma de tratamento: *Monsieur/Madame* + sobrenome), e 59 ocorrências de formas de tratamento (*monsieur/madame*).

Evidencia-se, mais uma vez, a informalidade presente nas ligações em português e a maior formalidade em francês, o que nos permite afirmar que há a configuração de um *ethos* coletivo de proximidade, no primeiro caso, e de distanciamento, no segundo.

Em (104) e (105), pode-se observar como o operador brasileiro emprega, abundantemente, o nome da cliente e, o francês, as formas de tratamento. Ambos têm papel atenuante, uma vez que indicam aproximação ao outro e mitigam, desse modo, a ameaça do ato explicitado, buscando o acordo ou o consenso do interlocutor; minimizam, assim, o desacordo. Nota-se, pois, em ambos os *corpora* uma acentuada presença desses mecanismos em sequências argumentativas mais conflituosas.

Em (104), o operador brasileiro tenta convencer uma mãe a adquirir o curso de inglês para a filha e, diante da recusa, contra-argumenta inserindo em seu discurso, de forma recorrente, o nome da cliente.

A personalização denota a aproximação dos interlocutores e, além disso, promove o prolongamento do contato. Retomar, constentemente, o nome da cliente é, também, tentar aderi-la ao negócio proposto de modo que essa associação lhe insira, de fato, na proposta que lhe é feita. Há uma rítmica, como se a retomada fosse um refrão da estruturação da fala do operador para fazer a cliente aderir, em nível discursivo, ao processo que ele descreve.

Nas linhas 1306 e 1308, por exemplo, o operador abandona o modo hipotético e confere à ação um valor concreto de realização *(X ((nome da cliente)) o::: material que a plataforma elaborou para SUa Filha; exCEto se TUdo que Ela respondeu eu responder da mesma forma igualzinho...)* a fim de associar a filha da cliente ao processo, o que vincula, automaticamente, a mãe à interação. Trata-se, assim, de evitar o fim da comunicação prolongando o contato para implicar, inserir, manter o outro no discurso.

(104) Diálogo 09

CLE [mas eu... é que no momento só o pai dela traBAlha e eu nã::o... entã::o...
OP ah entendi::...
CLE [eu falei pra ela segurar um pouquinho...
OP mas aí **X ((nome da cliente))**... se for analisar taMÉ::m... é:: se/ setenta e nove e noVENta... vinte reais por sema::na... HOje não dá pra fazer muita COisa com vinte reAis... não é verDAde? por sema::na... que que você faz com vinte reais na seMA::na?
CLE é verdade...
OP né... entenDEu? é um investiMENto... **X ((nome da cliente))**... se eu for mais longe... Óh... pegar os setenta e nove e noVENta... e dividir por TRIN::ta... que é o número de DI::as que nós temos no MÊs... o investimento que vocês estarão faZENdo... no dia de inglês aí da filha de voCÊs... é de dois reais e sessenta e seis cenTAvos... o que fazemos com dois reais e sessenta e seis centavos no DIa?
CLE uHU::m...
OP não é verDA::de... **X ((nome da cliente))?**
CLE é::...
OP e tem que aproveitar aGO::ra que ela tá nessa FAse realmente busCAN::do... porque é diFÍcil realmente achar éh:::... essa:::... essa gaLEra... NÉ? essa adolescência agora não QUEr se comprometer com estudos... não é verDA::de **X ((nome da cliente))**? e você tem uma filha aÍ abençoA::da que tá comprometida querendo estuDAr... buscando informaÇÃo... tem que aproveitar aGOra que ela tá euFÓrica por isso porque depois não vai querer mais estuDAr... depois que vai crescendo MA::is... aí já::: já estudou ensino MÉ::dio... aí vai pra a faculDA::de... e não quer saber mais de NA::da... aproveita aGOra **X ((nome da cliente))** que ela tá.. tá:: tá: aBErta... NÉ::? a fazer novos CUR::sos... ter novas experiÊNcias... como você DI::sse **X ((nome da cliente))** ela já fez o inGLÊs... não FEz? éh ou se::ja... ela::: ela já coNHEce um pouco do idioma... e só pra você ter uma iDEia **X ((nome da cliente))** a diferença do nosso E.A.D.... aQUI... a plataFORma... ela é inteliGENte... tanto X **((nome da cliente))** que a primeira coisa que os NOssos aLUnos FA::zem... na plataforma quando aCEssam... é o teste de nivelaMENto... a função deste TESte **X ((nome da cliente))** é justamente para a plataFORma conhecer o aluno... interagir um pouco com o aLUno para poder elaboRAr TOdo o material de estudo do aLU::no... ou seja **X ((nome da cliente))** o::: material que a plataforma elaborou para SUa FIlha... de esTUdo... não é o MESmo materiA::l que a::: plataforma vai elaborar pra mim X ((nome do operador)) de esTUdo... exCEto se TUdo que Ela respondeu eu responder da mesma forma igualzinho... entenDEu? [...]

Em (105), ocorre fenômeno similar: frente à objeção da cliente em participar de uma avaliação de hermeticidade, a operadora francesa faz uso de uma sequência de formas de tratamento no intuito de mitigar seu processo argumentativo e, ainda, de implicar a interlocutora na interação e prolongar o contato. Trata-se, pois, de uma

estratégia de atenuação e, também, de captação colocada em prática, nesse último caso, para evitar o fim da comunicação.

(105) Diálogo 26

CLE [et:: et c'est qui cette société qui fait ÇA:: ?
OPA groupement X ((nom de l'entreprise)) **madame...** vous pouvez
CLE [d'aCCORd... okey
OPA [vous renseigner sur Internet...
CLE NON NOn MAIs:: j'suis pas intéressée du tout... merci...
OPA [l'objectif **madame**... n'est pas de vous intéreSSEr HEin ? vous êtes concernée (...)
CLE [euh:: c'est une obligaTION::... y a une loi
OPA [alors
CLE [qui m'oBLIge ?
OPA non... PAS du tout **madame** alors... CER/ ( ) (...)
CLE [voi::LÀ... on est bien d'aCCORd... donc c'est une démarche tout à fait commerciA::le que vous allez me
OPA [ah non... pas du tout
CLE [proposer
OPA [**maDA-me**... on ne vous ne vend riEN **madame**... on ne vous propose riEn nous... on effectue ce bilan thérmique dans le cadre de la COP vingt-deux **madame** nous et une fois que cette information est collectée (...)
CLE [oui ben:: non j'suis j'suis PAs intéressée... j'suis désolée...
OPA d'accord... **madame**…
CLE [voiLÀ...
OPA [je... l'o/l'objectif **madame** n'est pas de vous intéresser... un bilan comme ceCI::... NOUs:: c'est vraiment euh pris en charge hein ? pou/ pour notre éTUde... et un bilan comme ceci si vous le demandez::... il vous:::... i::: VOUS EN aVEz au moins pour cinq cents ou six cents euros **madame**...
CLE okey...
OPA [en soi... nous... elle est prise en CHARge dans le CAdre d'une éTUde pour sensibiliSEr le plus grand nombre de personnes **madame**... NOUs

- as partículas discursivas e as expressões de controle de contato

As partículas discursivas (*né? tá?,* em português; *hein?* em francês) bem como as expressões de controle de contato (*entendeu? não é verdade?* em português*; d'accord?,* em francês) que solicitam o consentimento do interlocutor para com ele construir uma aliança, minimizando, assim, o valor de determinação do discurso e, consequentemente, o desacordo, são amplamente empregadas em ambos os *corpora*. Todavia, esses mecanismos são mais evidenciados em

português, sobretudo as partículas de controle de contato, duas vezes mais utilizadas. Ainda, esses mecanismos podem significar uma maneira de controlar a comunicação, ou seja, de verificar se ocorre em boas condições de modo que o interlocutor acompanhe o que está sendo dito (BAKHTIN, 1929).

Não é raro, em português, esses mecanismos estarem acompanhados por fórmulas nominais, como se pode verificar em (106), linhas 2374 e 2385, evento que não se produziu em francês. Nesse excerto, o operador ignora a tentativa do cliente de encerrar a ligação (*tá bom*? – linha 2373) e inicia uma sequência argumentativa na qual destaca a superioridade do curso que pretende vender perante a formação oferecida pelo concorrente. Para tanto, solicita, ao longo de seu discurso, o acordo do cliente fazendo uso de partículas e expressões de controle de contato no intuito de obter sua adesão e também, de controlar a comunicação.

(106) Diálogo 16

2368 OP [ah... que escola você encontrou boa aí... que que::: que
2369 te agradou bastante... X ((nome do cliente))?
2370 CL no moMENto foi a:::... acho que É... X ((nome de uma empresa
2371 concorrente))...
2372 OP X ((confirmação do nome da empresa concorrente))?
2373 CL I::sso... que é on-line... é... tá bom?
2374 OP [ah:: sim... é uma escola muito BOa... **viu** X
2375 ((nome da cliente))?... não posso desvalorizar uma escola como E::ssa...
2376 que tá:: há muito tempo aí no merCAdo... **né::?** porém você chegou a ver
2377 como que é feito o investiMENto... e tudo MAis?
2378 CL cheguei mais ou MEnos...
2379 OP en::tão... que que acontece X ((nome do cliente))? hoje eu TRAgo um
2380 curso mais comPLE::to pra você::... que é esse curso da X ((nome da
2381 empresa))... que tem uma parceria exclusiva com o consulado
2382 america::no... é um desTAque porQUÊ::? cê vai ter mais reconhecimento
2383 no mercado de traBA::lho... **enTENde?** tem todo esse conteúdo on-LIne...
2384 tem toda essa plataforma:: personalizada aí pra você poder estudar
2385 inGLÊ::s... **né::?** sem falar que há pouco tempo de duração... **né** X ((nome
2386 do cliente))**?** eu falo de um CURso que tem a duração de apenas doze
2387 MEses... um Ano... onde você tem acesso a três MÓdulos... então cê já
2388 sai de um curso como esse faLANdo... LENdo... escreVENdo... sem o
2389 menor problema... **enTEnde?** então é um curso muito comPLEto
2390 MESmo... com um valor muito aceSSÍvel... **né?** ah:::... X ((nome de uma
2391 atendente)
2392 CL [sim
2393 OP [ela falou contigo e:::... referente ao investimento de setenta e três
2394 reAis e vinte e três cenTAvos... **né::?**

Em (107), ocorre episódio análogo, porém não houve, em francês, variações em relação à natureza das expressões de controle de contato, nem das partículas;

assim, ora o operador opta pelo uso de *d'accord?,* ora pelo emprego da partícula *hein?* Quanto maior o conflito existente entre os interlocutores franceses, maior a presença desses mecanismos de atenuação.

(107) Diálogo 20

2416 CL [[...] moi ça m'intéresse
2417 pas de::...
2418 OP [oui c'est pas de::... moi d'abord je
2419 CL [ça m'intéresse PAS de répondre À::: milliards
2420 OP [ah...
2421 CL [de
2422 devis:: et::
2423 OP [ah hm hm... hm hm...
2424 CL [( )... je ne fais pas ça...
2425 OP [déjà je vous explique... je vous explique un petit
2426 détail... vous si je comprends vous faites donc:: de la location:: de luxe...
2427 c'est ça ?
2428 CL c'est ça...
2429 OP vous travaillez:: donc (...)
2430 CL [et on a... on a des cliENts privilégiÉs avec lesquels on::
2431 OP [je je je
2432 CL [travaille toute l'aNNÉe::: et voilà...
2433 OP [je dis pas le contraire... je dis pas le contraire... ne
2434 vous inquiétez pas:: parce que je sais bien comment ça se passe...
2435 **d'accord ?** ce que JE voulais biEN vous l'expliquer... moi je sais bien de
2436 quoi je parle... **d'a-ccord ?** actuelleMENt::... nous dans notre métiEr...
2437 nous cher/ nous travaillons pas avec tout le monde... **d'accord ?** nous
2438 travaillons avec deux::... trois sociétés comme MAx... sur chaque ville pour
2439 ne pas faire de la concurrence... **d'accord ?** et pour être hoNNÊte... on
2440 travaille déjà avec plusieurs sociétés de location automoBIle... avec
2441 chauffeur... et de luxe... **d'accord ?** qui nous font confiance... et je
2442 suPPO::se... ça c'est un/ c'est une supposition persoNNElle... je suPPOse
2443 que ce... si EUx... bien sûr ils nous font confiANce... c'est pas pour rien...
2444 **d'accord ?**

- os minimizadores

Trata-se de estratégias que reduzem a ameaça de um FTA por meio da maneira pela qual é apresentado, pois debilitam o significado e minimizam a intenção do falante, o que o suaviza.

Esses mecanismos linguísticos têm a função de tornar algo eufórico, ou seja, conferem à situação uma visão de profunda simplicidade de realização, como se tudo fosse muito fácil de se resolver. Assim, pelo seu uso, o operador tenta desarmar qualquer objeção, inclusive em termos de esforço e tempo.

Em (108), a cliente, ao que parece, pretende adquirir o curso. Contudo, no momento de preencher o cadastro, ou seja, de efetivar a operação, tenta protelar a ação alegando, inicialmente, encontrar-se no trabalho e, posteriormente, não estar em posse de seus documentos. Assim sendo, a operadora procura convencê-la da brevidade e simplicidade que envolve a realização do cadastro. Para tanto, emprega, em diferentes intervenções, o advérbio *só*, que ora se reveste de um valor persuasivo, ora atenuador: em 0557 e 0588, o termo *só* ressalta a exclusividade da ação - o desconto e a vaga estão garantidos unicamente naquele dia; em 0560 e 0590, seu uso a suaviza, o que também, por ressaltar uma certa despretensão da operadora, pode participar da construção do processo persuasivo. A intenção da profissional é reforçada em 0561 e 0587 pelo uso do diminutivo *rapidinho*. A cliente também recorre a esses procedimentos ao longo da sequência para atenuar o seu discurso.

(108) Diálogo 05

0552 CLE [...] só que tem como eu fazer esse cadastro com você um pouqui::nho
0553 depois porque eu tô em horário de traBA::lho... vai ficar um pouco
0554 compliCAdo de eu poder tá te paSSANdo os DAdos todos...
0555 OPA entendi mas assim... X ((nome da cliente)) eu não vou levar MAis que
0556 cinco minutos pra fazer esse caDAstro... e como esse:: cupom de
0557 desCONto... ele **só** tem validade pro dia de HO::je... entenDEu?
0558 CLE ah::: sim... aí você vai precisar de alguns NÚ::meros de docuMENto
0559 acredito eu... né? eu tô sem neNHUm aGOra...
0560 OPA [no caso eu preciso **só** do seu e-mail... C.P.F.... e:: o
0561 número do carTÃo... tem como você pegar **rapidinho**?
0562 CLE [ah enTÃo eu tô sem o cartão aqui comigo... tá em CA::sa... eu tô no no
0563 traBA::lho...
0564 OPA entendi...
0565 CLE [não tá aqui comigo...
0566 OPA cê pode ligar na sua residência e pedir para alguém tirar FO::to?
0567 CLE [ainda consigo te passar ainda ho/
0568 OPA pedir pra tirar foto
0569 CLE [não tem como... ((risos))
0570 OPA [e aí eu te retorno...
0571 CLE não o/ aGOra não tem como... seria SÓ:: depois das seis HOras da
0572 TARde... eu conseguia te passar...
0573 OPA entendi... não... ninGUÉM tá em casa agora... pra tiRAr a foto... mandar
0574 pra você pelo WHA::ts e você:: e eu retornava o contato
0575 CLE [a minha sogra tá... mas nã/... a minha
0576 sogra tá em casa... mas não tem como eu tá fazendo tudo isso porque eu
0577 trabalho em LOja... tá bem movimenTAdo hoje... SAbe?
0578 OPA [ah::... entendi...
0579 CLE [agora eu consegui subir no
0580 dePÓsito por sorte que você me ligou... tá?
0581 OPA entendi... mas o seu horário de almoço

0582 CLE [mas tá bem movimentado hoje...
0583 OPA [é em qual horário ?
0584 CLE das onze ao meio-dia... já foi também... ((risos))
0585 OPA já foi? hum:::...
0586 CLE [já foi...
0587 OPA entendi... eu posso fazer o cadastro com você::: **rapidi::nho**... ô X ((nome
0588 da cliente))... **só** pra garantir a sua VA::ga... eu retorno o contato pra você
0589 CLE [tá...
0590 OPA [na segunda-feira **só** pra pegar o número do cartão... tá BOm?

Em (109), a operadora contata a cliente para lhe propor um serviço de otimização de contratos de energia. Ela, por sua vez, recusa a oferta, justifica sua posição e tenta encerrar a ligação. Contudo, a agente de televendas desconsidera sua indicação de por fim à conversação e reveste seu turno contra-argumentativo de procedimentos de polidez de modo a transmitir o conteúdo informacional de seu discurso atenuando possíveis ameaças à face da interlocutora. Emprega, por exemplo, os advérbios *éventuellemen*t, *simplement* e *juste;* esses últimos, por mitigarem a intenção da operadora podem, igualmente, colaborar com o processo persuasivo.

(109) Diálogo 30

3999 CLE NO::n... j'suis désolée on répond PAs au:: démarchage commercial... je
4000 vous reMERcie en tout cas...
4001 OPA [oui... je peux::
4002 CLE [une bonne jourNÉe::...
4003 OPA j'peux envoyer une documentaTIon **éventuelleMENt** ? et après la
4004 personne::... elle peut peut-être être intéressée parce que euh:: vous
4005 savez... on travaille avec toutes les::: les::... (syndics) au niveau de la
4006 FRANce en généRAl... les gens ne refusent PAs::... du fait que c'est gratuit
4007 qu'on les aide **simplement** dans cette TÂche... on leur prend pas le
4008 travail... on leur donne **simpleMENt**... euh on les AIde... euh:: dans cette:::
4009 dans ce travail qui est quand même assez fastidieux:: et voiLÀ:: nous on
4010 est **juste** là pour vous perMEttre (...)
4011 CLE [vous souhaitez envoyer une documentation par MÉl ou
4012 par voie posTAle ?
4013 OPA par MÉl... s'il vous plaît madame...

- a modalização

Trata-se de uma tática de atenuação que instaura uma certa distância entre o sujeito da enunciação e o conteúdo do enunciado, o que minimiza seu caráter peremptório, pois, ao restringir a opinião do falante, confere maior liberdade ao interlocutor. Pode realizar-se por meio de verbos, expressões verbais ou adverbiais.

Enquanto em português recorreu-se, essencialmente, ao verbo *poder* e, em alguns casos, *conseguir* como recurso de modalização, em francês, houve uma proporcionalidade entre o uso de expressões verbais (*je suppose, je (ne) sais pas si*, *si je comprends bien*), expressões adverbiais (*peut-être, par hasard*) e do verbo *pouvoir*.

Em (110), embora a cliente não rejeite abertamente a oferta da operadora, apresenta justificativas para desviar-se da operação e, indiretamente, invalidá-la. Como tenta inviabilizar a ação declarando não possuir cartão de crédito, a atendente, então, apresenta uma outra forma de pagamento, o boleto, e procura justificar porquê não mencionou essa possibilidade de imediato. Para tanto, faz uso de vários procedimentos atenuadores, como a expressão verbal *eu acho que* e, em seguida, o verbo modalizador *poder* sob forma de hipótese (se você *puder*), empregado em uma pergunta indireta. Como a cliente tenta, novamente, esquivar-se da decisão, retoma o tópico discursivo referente ao cartão de crédito. A operadora procura reorientar o discurso lhe perguntando se *consegue* efetuar o pagamento no dia seguinte. Embora abandone a forma hipotética e faça uso do presente do Indicativo (mas você *consegue* fazer o pagamento:::.[...]?), ao empregar o verbo *conseguir*[202], a profissional atenua sua pergunta, pois preserva o poder de ação da cliente, assim como ocorre ao utilizar o verbo *poder*.

(110) Diálogo 08

1064	CLE	é... o valor é bom... mas... o valor é bom... mas eu não trabalho com
1065		cartão de CRÉdito...
1066	OPA	ah:: entendi... mas você te::m algum parente pra poder emprestar pra você
1067		o cartão de CRÉdito? porque não precisa ser necessariamente no seu
1068		NOme... entenDEu?
1069	CLE	uhu::m... eu sei... éh:::... bo::m... posso ver o que eu FAço... mas é porque
1070		realmente eu nã::o trabalho com cartão de crédito... meu marido também
1071		nã::o... e:: então::... é um pouco complicado...
1072	OPA	[então óh... porque é assim... éh:::... eu... eu não informei o bole::to pra
1073		você por quê... X ((nome da cliente))? porque no boleto só pode se for à
1074		VISta... entendeu? e à vista
1075	CLE	[uhum...
1076	OPA	[**eu acho que**::... éh vai tá assim... fi/ num fica
1077		um valor tão acessível pra pessoa poder dar à VISta... né? mas assim
1078	CLE	[uhum...
1079	OPA	[cada
1080		um sabe das suas condiÇÕes... porque aí se você **puder** dar à vista
1081		oitocentos e setenta.. oitocentos e setenta e oito e oiTENta? entenDEu?

[202] Não houve ocorrência desse evento de atenuação nos dados em francês.

CLE uhum... oitocentos e setenta e oito e oitenta também não é muito CAro NÃ::o... é tranquilo...

OPA NÃ::o... valor tranquilo... é si::m... então por isso que eu tô fala::no... aí se você **puder** também dar o valor à VIsta... não tem problema... eu envio pra você um... um bole::to.. pra:: fazer o pagamento à VIsta... até a data de amanhã::... e aí assim que constar no sistema... você já recebe login e senha para iniciar o cur::so... entendeu?

CLE [aham... então... porque::... eu não gosto de cartão de CRÉdito... eu já TIve... eu me enrolei TOda... PAgue::i... e deu tudo cer::to... mas eu nã::o... QUEro mais cartão de CRÉdito... tendeu? eu não ( )

OPA [entendi... mas você **consegue** fazer o pagamento:::.. até amaNHÃ... de oitocentos e setenta e oito e oiTENta?

Em (111), diante da resposta hesitante do cliente referente à aquisição do curso, o operador brasileiro procura convencê-lo oferecendo-lhe alguns benefícios. Desse modo, emprega, reiteradamente, o verbo *poder* que, nessa circunstância, ganha uma nova conotação, pois está voltado para os atos do próprio falante. Nesse sentido, além de seu valor atenuador, passa a ter, também, uma dimensão persuasiva, uma vez que deixa subentendido que o operador tem a possibilidade de oferecer essas vantagens especialmente para esse cliente, que deve, portanto, desfrutar da oportunidade. Ao mesmo tempo, é uma maneira atenuada de lhe apresentar essas possibilidades que são potencialidades. No *corpus* em francês, constatou-se a presença dessa mesma estratégia.

(111) Diálogo 16

OP [...] mas o::: o investimento... ficou acessível pra voCÊ::? cê achou intereSSANte?

CL MAis ou MEnos... eu tenho que analisar mais outras proPOStas pra poder:::... ver qual que eu vou escoLHEr...

OP bo::m... como essa é uma campanha direcionada pra poucas pessoas... X ((nome do cliente))... e::u vou fazer uma oferta ainda melhor pra voCÊ::... JÁ:: fechar um curso como esse HO::je... tá::? qual que é essa oFERta? éh:::... aLÉm do desconto de oitocentos reais que eu **posso** trazer pra você hoje no:: no valor do CURso... **posso** trazer um curso bônus pra você tamBÉm... tá::? então como é que funciona? você fazendo o investimento de um curso como esse através do seu X... do seu X ((bandeiras de cartão de crédito))... éh::... além de você poder parcelar em até doze vezes sem juros nesse CURso... e::u... **posso** te retornar trezentos reAis... pra quê? pra você ir lá no X ((nome da plataforma))... escolher um curso de sua prefeRÊNcia... né? [...]

Em (112), o cliente recusa, de forma clara, articulada e fundamentada a proposta do operador que, diante de sua dominância, alimenta o diálogo somente com a produção de reguladores, sobretudo no início da sequência argumentativa,

embora tenha cometido um FTA (linha 2383), o que pode denotar uma disputa de poder na interação. Como o cliente não perde a autoridade diante da ameaça, o atendente procura colocar-se em uma posição de superioridade proferindo, reiteradamente, o enunciado *je sais*, o que pode, de um lado, lhe conferir um *ethos* de arrogância, mas, de outro, configurar-se como uma tentativa de invalidar o discurso do interlocutor a fim de tomar posse do turno de fala e reconduzir a interlocução. Apesar dessa disputa de lugares, haja vista a liderança do cliente, o operador faz uso de atenuadores ao procurar desestruturar seus argumentos, como as expressões modalizadoras *peut-être* e *si je comprends bien*.

(112) Diálogo 20

2376 CL [[...] il faut di::re monsieur... je je vais faire
2377 gagner du temps à tous les DEUx... moi je... je travaille PAs du tout euh::...
2378 euh:: par... par Internet... c'est pas:::... c'est pas quelque chose qui
2379 m'intéresse à développer... je/ on a eu un SIte:::
2380 OP [hm hm...
2381 CL [depuis cinq ANs et je je l'utilise
2382 pas quand même... vraiment...
2383 OP [hum... et quand même ça n'a pas marché ? ça n'a pas marché ?
2384 CL [c'est PAs qui ça a
2385 pas marché::... c'est que les gens
2386 OP [hm...
2387 CL [cherchent les PRI::x par Internet... et
2388 moi je:: j' je::... je::... j'fais PAs le prix...
2389 OP d'accord... j'ai compris...
2390 CL [je fais pas le prix parce que c'est
2391 OP [hm...
2392 CL [un métier qui s'est libéraliSÉ:: y
2393 a beaucoup plus
2394 OP **[je:::**
2395 CL [d'acTEURs et:: je
2396 OP **[je sais...**
2397 CL [peux pas faire à n'importe
2398 OP **[je sais...**
2399 CL [quel prix...
2400 voilà...
2401 OP **je sais...** je vous explique un petit détail **peut-être** qu'y a une petite
2402 confusiOn... euh::: alors... nous en fait nous sommes pas:: comme X ((nom
2403 d'une entreprise)) ou bien comme:::.. d'accord ? c'est-à-dire... (...)
2404 CL [NOn:: je
2405 comPRENds mais... si vous voulez
2406 OP [hm...
2407 CL [c'est pas contre vous les GENs qui
2408 CHERchent... par Internet... CHERchent le prix::... et moi je fais PAs le
2409 prix... voilà... je::... pré/ préfère rester une petite entité
2410 OP [oui... ouais::... c'est c'est-à-dire
2411 CL [comme on a::... avec
2412 des petites voitures...

2413 OP hm hm...
2414 CL et je:::
2415 OP [de luxe... de luxe **si je comprends bien...**
2416 CL [ouais exactement... exactement....[...]

Em relação aos procedimentos de atenuação substitutivos, encontramos em nossos dados:

- o uso de desatualizadores modais e temporais

Os desatualizadores modais e temporais são estratégias de atenuação que deslocam o eixo temporal com a finalidade, em geral, de suavizar a ação enunciada. Essas estratégias têm a função de distanciar a realização do ato problemático.

No que se refere aos desatualizadores modais, o *conditionnel*, modo verbal da língua francesa, considerado como o atenuador de FTAs por excelência (cf. KERBRAT-ORECCHIONI, 1992, p. 206), corresponde, em português, ao tempo verbal futuro do pretérito, o que o transforma em um desatualizador temporal. Embora não haja correspondência entre as nomenclaturas, em ambos os *corpora* houve ocorrências dessa estratégia, porém, mais presente nos dados em francês.

Em (113), a operadora deseja recontatar o cliente nos próximos dias para obter sua posição em relação a uma proposta comercial encaminhada via e-mail. Como ele tenta protelar a data do novo contato telefônico alegando uma suposta reestruturação em sua empresa, a atendente, inicialmente, atenua sua pergunta para obter maiores esclarecimentos sobre suas possíveis razões mediante o uso do futuro do pretérito e, posteriormente, faz uso dessa mesma estratégia para minimizar o nível de determinação de seu processo argumentativo.

Em 085 e 086, a operadora utiliza, ainda, o gerúndio que, embora seja uma forma nominal, também confere um caráter menos contundente ao enunciado se comparado, por exemplo, ao uso do presente do Indicativo. A propósito, a presença do gerúndio enquanto procedimento atenuador foi muito mais evidenciada nos dados em português do que o futuro do pretérito.

(113) Diálogo 01

0054 CL [[...]então eu vou avaliar o
0055 materiAl... mas eu não vou:: te conseguir... te posicionar sobre uma
0056 possível parceria aGO::ra... aí...
0057 OPA [ahn...

0058 CL [só lá a partir do mês de mar:::ço... abril...
0059 OPA entendi...
0060 CL é... devido a essa questão da reestruturação...
0061 OPA mas Isso...
0062 CL [se você quiser me dar um reTORno?
0063 OPA aham... CLAro... eu vo::u... te passar então a proPOSta... mas aí nessa
0064 questão de reestruturação que você FAla... **seria** por questões
0065 finance::iras... ou **seria** por...
0066 CL [sim p/
0067 OPA pode falar...
0068 CL questões fi/ financeiras mesmo...
0069 OPA É porque até nesse e-mail que eu vou te paSSAr X ((nome do cliente))... lá
0070 você vai ver que tem VÁ::rios tipos de parceRI::as... tanto que a primeira
0071 opção de parceri::a... **seria** um/ uma parceria por conVÊ::nio... aonde
0072 vocês da X ((nome da empresa cliente))... não precisarão investir qualquer
0073 valor finance::iro... tá... no proJE::to... porque **funcionaria** através... como
0074 se fosse uma indicaçã::o... e aí todos os colaboradores de vocês... éh::...
0075 tendo o interesse em fazer o CURso... eles **teriam** um suPORte dire::to
0076 aqui com nosso call CENter e com nosso SI::te... e teria mais de sessenta
0077 e quatro por cento de desconto em relaÇÃo ao valor de merCAdo... né::...
0078 até mesmo porque... o curso on-line do X
0079 CL [ah é? seria uma parceria...
0080 então...
0081 OPA I::sso... exatamen::te...
0082 CL uhum...
0083 OPA entendeu? por isso que a proposta é bem leGAl porque a nossa intenção é
0084 jus::tamente democratiZAr... ÓH... só pra você ter mais ou menos uma
0085 iDEia de um curso que **tá saindo** aí mil e setecentos... mil oitocentos... no
0086 merCA::do... TÁ::? a gente **tá disponibilizando** com sessenta e quatro
0087 por CENto e ainda... com uma FORma de pagamento aí bem vantajosa
0088 pros colaboradores então isso que é bacana e vocês também
0089 CL [aham
0090 OPA [não precisam...
0091 meXER:: NÉ::... nessa questão financeira
0092 CL [entendi...

Em (114), o operador contata um comerciante no intuito de lhe propor uma solução digital de redirecionamento de consumidores. O possível cliente assalta seu turno e indaga-o, sem rodeios, a respeito de suas reais intenções. Diante da evidente dissensão apresentada pelo cliente, o operador emprega uma série de recursos de polidez, dentre eles, o *conditionnel de politesse* do verbo modalizador *pouvoir*, no intuito de provocar um distanciamento entre sua proposta e a realização do ato. Essa estratégia faz parte, em geral, das situações em que o operador solicita algo recorrendo, assim, a essas formas de atenuação para reduzir o impacto do ato ameaçador.

(114) Diálogo 16

CL [attendez je vous arrête... vous voulez me proposer:: de faire des deVIs::... et cetera... et ceteRA ?
OP non ça... pas du tout monsieur X ((nom du client)) c'est par rapport
CL [alors...
OP [à des demandes de clienTÈle... donc:::... y a de la demande::... actuellement:: y a... depuis plusieurs mois déJÀ::... et:: euh::... en fait... on souhaitait savoir si on **pourrait...** éventuellement selon votre capacité::... vous rediriger quelques chantiers conCREts... donc c'est des:: demandes par rapport à des:: cliENts... des futurs clients (...)
CL [je vous donne un MAIl... envoyez-moi un mail... et vous m'expliquez tout ÇA::... j'ai pas le temps...
OP d'aCCORd... en fait est-ce qu'on **pourrait::** euh::... éventuellement euh::... avoir une rencontre directe avec vous... comme quoi ( ) on a l'habitude de le faire avec tous les professioNNELs ?

Em relação aos desatualizadores verbais, mais recorrentes em francês, os operadores empregaram, essencialmente, o pretérito imperfeito, ou *passé de politesse*, a fim de diminuir a imposição dos pedidos apresentados no decorrer de seu processo argumentativo. Constataram-se somente duas ocorrências desse recurso nos dados em português.

Em (115), a cliente tenta esquivar-se da proposta da operadora afimando não possuir cartão de crédito, o que invibializaria a compra do curso de inglês. Todavia, a profissional lhe apresenta a possibilidade de realização de pagamento via boleto. Para não ameaçar a face da agente de televendas, a cliente, em um primeiro momento, considera essa possibilidade, a qual descarta, logo em seguida, de 1095 a 1097. A atendente, então, argumenta dizendo que, caso a cliente deseje garantir a validade do cupom de desconto, seria necessário efetuar o pagamento no dia seguinte. Emprega, pois, o pretérito imperfeito e mitiga a imposição de sua declaração.

(115) Diálogo 08

OPA [[...] mas você consegue fazer o pagamento:::.. até amaNHÃ... de oitocentos e setenta e oito e oiTENta?
CLE bo::m... no pagamento do:::... era pra ter caído HOje... se ele cai/ ele não caiu ainda... então eu não sei se ele vai caIr amaNHÃ... bom... é um pouco compliCAdo...
OPA entendi... Ah mas eu digo aSSIM porque eu já::... **fazia** o caDAStro com você::... entendeu? pra garantir esse cupom de desconto de oitocentos reA::is... e:::... e aí eu encaminho o::: o boleto pra você e aí você já faz o pagamento amaNHÃ... entendeu?

Em (116), a operadora pretende vender ao cliente uma ferramenta de referenciamento via Internet e, como deseja apresentá-la, verifica se teria 20m para lhe conceder. O cliente hesita em aceitar e socilita maiores esclarecimentos antes de emitir sua decisão. Após um longo turno de fala, a atendente tenta, novamente, conquistar sua cooperação, porém, nessa circunstância, suaviza seu pedido empregando uma série de mecanismos de polidez. Dentre eles, o pretérito imperfeito, ou *passé de politesse*, tão recorrente nos dados em francês quanto o *conditionnel*.

(116) Diálogo 11

OPA [...] est-ce que LÀ... vous avez ( ) vingt minutes devant VOUs ? un quart d'HEUre ?
CL euh... LÀ:: ? non je ne sais pas... j'aurai...
OPA [((éclats de rire))
CL [j'sais pas... ça c'est sûr...
OPA [ouais...
CL [je ne vais pas les aVOIr...
OPA je m'en doute...
CL [mais... excusez-moi...
OPA [mais c'est pas GRAve...
CL [vous allez travailler sur quoi ? sur le référencement euh:: ( )
OPA [aLORs... avec votre page Internet locale on va... on va la rendre visible du coup sur:: Google... sur les premiè::res... les premières positions... LÀ où tout le monde clique finaleMENt... pour vous apporter des nouveaux clients [...]

[...] donc... je **voulais** vous monTREr via mon écran euh:::... ben justement à quoi ça **consistait** pour que soit plus concret pour vous:: mais j'aurais besoin d'un
CL [ouAIs...
OPA [quart d'heure... donc si vous voulez je peux vous rappeler cet après-midi ou demain... y a pas de souci...

II - Os procedimentos de polidez positiva

Seu funcionamento é mais simples do que o da polidez negativa. Consiste em produzir algum ato que tenha um caráter anti-ameaçador (FFA) ao interlocutor, como a manifestação de acordo, elogios, agradecimentos, etc. Deve ser entendida em

sentido amplo, recobrindo todos os tipos de ações benéficas produzidas para o interlocutor. Contudo, como esses atos de valorização da face ocorrem em uma conjuntura argumentativa cujo objetivo é a realização de uma operação comercial, não se pode desconsiderar o jogo de interesses que envolve essas estratégias de polidez. Conforme destaca Kerbrat-Orecchioni (2006, p. 102), “se nos mostramos altruístas na interação é, certamente e antes de tudo, por interesse pessoal”.

A totalidade dos procedimentos encontrados é de natureza subsidiária. Nesse sentido, seguem:

- as expressões de concordância e a manifestação de interesse

Expressar acordo e mostrar-se atento e receptivo às considerações dos clientes é um modo de valorizar a sua face e demonstrar empatia, o que pode despertar uma atitude de cooperação de sua parte. Essa estratégia de polidez positiva foi a mais empregada pelos operadores brasileiros (*certo, entendi*, *eu compreendo*) e franceses (*je suis d’accord*, *je (vous) comprends*) e esteve acompanhada, sobretudo em francês, por mecanismos de intensificação, o oposto do que ocorre com as táticas de polidez negativa, que são, em geral, atenuadas.

Duas vezes mais empregadas pelos operadores franceses, participam amplamente de movimentos concessivos em ambos os *corpora*, como se pode verificar logo mais. Contudo, em uma sequência argumentativa, também configuram-se como estratégia para tentar retomar o turno de fala de modo polido. Podem ser, portanto, tentativas polidas de se reinserir no fio discursivo.

Em (117), a operadora dá detalhes do curso e consulta a cliente a respeito de seu interesse em adquiri-lo. Diante da recusa, procura, inicialmente, entender suas razões e, em seguida, contra-argumentar. Embora, ao longo de toda a sequência, as participantes ocupem perspectivas divergentes, o emprego de expressões de concordância e de marcadores de recepção garante que a interação desenvolva-se e termine de modo harmonioso. Porém, em 2186 e 2188, essas táticas têm a função de tentar concluir a fala do outro, ou seja, a operadora deseja encerrar a ligação e, assim, expressa seu acordo a fim de orientar a interação para seu término. Esses mecanismos podem, desse modo, ser sinais do grau de envolvimento dos interlocutores na interação.

(117) Diálogo 14

CLE não::... no momento... eu não me interesso não...
OPA **sim::...** mas por quê? seria...
CLE porque pra mim ( ) o mais importante que o currículo... o que eu vou levar... numa viagem lá pro exterior não é muito... não é o meu diploma... é o saber falar
OPA [**aham...**
CLE se eu aprendi a falar e aprendo a falar... então BASta... (...)
OPA **[é::** mas se você precisa...
CLE [( ) não... é o conhecimento... você tem que saber desempenhar bem... a fala... a voz... a comunicação em outro país...
OPA **uhum... é** mas um certificado ele tem um grande PEso no seu cuRRÍ::culo... né::? principalmente se você buscar uma área bilíngue hoje aqui no BRAsil...
CLE se certificado tivesse valor::... com certeza... eu já:: seria:::... presidente dos EsTAdos Unidos... mesmo sendo brasileira... eu conheço os Estados Unidos...
OPA **uhum...**
CLE diploma não vale na::da...
OPA **entendi...**
CLE [o importante é aprender... aprender e busca::r o espaço da gente...
OPA ah::: então no caso a senhora já fala fluENte?
CLE oi?
OPA então no caso a senhora já fala inglês fluente?
CLE NÃo... eu não falo inglês fluente... na verdade eu nem falo inglês... eu falo ou/ outra língua... mas o inglês não...
OPA **uhum... uhum... entendi...**
CLE ( ) eu não me interesso mesmo... porque... como eu te falei... o importante é aprender... não é:::... ter diploma... isso aí já passou... achar que tem que ter diploma... eu nunca precisei de diploma...
OPA [**sim** mas... **uhum CER::to...** então... como a senhora disse... você não:: tem::... você não tem o inGLÊS::... então... pra você aprender você precisa fazer um CURso... precisa fazer alguma COIsa...
CLE [o básico eu tenho... o básico eu tenho... mais isso não vale nada pra mim... a língua que eu... que eu... que eu falo meLHO::r... é a que se fala praticamente no mundo inteiro... e também não me interessa ir pros Estados Unidos... nem pra InglaTE::rra...
OPA **aham... é...** mas é que o inglês é uma língua mundiAl... NÉ... X ((nome da cliente))? então de repente você vai para um OU::tro país... que tenha uma OU::tra primeira LÍN::gua... com certeza a segunda língua a ser faLAda... vai ser o inGLÊ::s... né? independe... tipo até países que (...)
CLE [o espanhol é a li/... o espaNHOl... é a segunda língua mais falada no mundo...
OPA **uhum...** bom... então **TÁ bom...**
CLE [o inglês é mais para os Estados Unidos...
OPA então **tá bom... tá entendi::...** de qualquer FORma eu fico agradecida então pela sua atenção:::... qualquer coisa é só entrar em contato conosco... tá BO::m?

Em (118), a operadora contata a cliente para lhe propor uma análise comparativa de consumo de energia elétrica que envolve tarifas de diferentes

empresas. A cliente, a princípio, apresenta algumas justificativas que podem indicar, ainda que indiretamente, sua recusa. A profissional, por sua vez, não se opõe diretamente, em nenhum momento, à interlocutora; ao contrário, produz uma série de expressões de concordância durante sua produção discursiva, inclusive, ao contra-argumentar. A estratégia de polidez tem êxito e conquista, assim, a cooperação da cliente, que acaba aceitando a proposta.

(118) Diálogo 09

1139 CLE euh::: alors moi déjà j'suis en tarif:::... Ex-jaune déjà...
1140 OPA [oui...
1141 CLE [en tarif
1142 professioNNEl...
1143 OPA **oui oui... tout à fait... oui...**
1144 CLE [et puis... j'ai un:::... après pourquoi pas ? mais
1145 après::... j'ai un conTRAt:: avec une autre fédéraTIon... on a un tarif
1146 préférentiel... euh on s'est regroupés pour avoir un tarif préférentiel chez
1147 EDF...
1148 OPA **oui oul::: mais bien SÛr...** euh mais vous pouv/ pourquoi vous dites E::x-
1149 jaune... qu'est-ce qui s'est passé ? c'est plus jaune ?
1150 CLE [c'est parce que ça n'existe PLUs
1151 le tarif jaune... c'est ce que je veux de dire ((rires))... c'est
1152 d'aCCORd ?
1153 OPA **[ah bah oui::... d'accord... oui... okey... oui... TRÈs bien...**
1154 CLE ((rires))
1155 OPA [**oui... bah oui...** mais euh vous pouvez tout à fait comparer en fait... ce
1156 que la Fédération de camping vous... vous a propoSÉ::... et puis nous ce
1157 qu'on peut vous proposer tout simplement... euh... ce/ bien SÛr... ça peut
1158 être intéressant... justement...
1159 CLE bon::...
1160 OPA [euh:::... vous a/
1161 CLE [vous avez ( ) un numéro d'acheminement je suPPOse ?

- os elogios

Essa estratégia foi empregada, exclusivamente, por operadores franceses e, embora seu uso não tenha sido muito marcante (9 ocorrências), julgamos relevante abordá-la para demonstrar seus efeitos em uma conjuntura argumentativa, haja vista que, o ato de valorização da face do cliente pode colaborar, ativamente, com o processo persuasivo.

Em (119), o operador contata a gerente de uma auto-escola e tenta convencê-la a aceitar a visita de uma representante comercial que lhe apresentaria um produto. Inicialmente, o atendente ameaça a face da cliente ao não considerá-la gestora da empresa, pois supõe tratar-se da esposa do gerente. Todavia, ao dar-se

conta de seu lapso, reformula, ainda que tardiamente, o enunciado. Os indicativos de recusa da cliente são ocultados pelas justificações do operador, que tenta restabelecer o equilíbrio ritual mediante o uso de elogios e risos. Como sua estratégia obteve êxito, uma vez que a interlocutora reage, igualmente, com risos, faz uma nova tentativa e recorre, mais uma vez, aos elogios. Contudo, a cliente refuta a proposta declarando que já havia sido consultada a esse respeito e que, na ocasião, havia dito não. O operador, antes de contra-argumentar, ressalta, outra vez, suas qualidades e consegue preservar a continuidade da interação. Com base nesse exemplo, contata-se que os elogios produzidos em âmbito argumentativo revertem-se em benefício ao próprio enunciador, e não ao enunciatário.

(119) Diálogo 22

2742 OP voilà... DANs toute faÇOn je suppose que vous êtes l'épouse du gér/ vous
2743 êtes la géRANte... l'associÉe:: euh:::...
2744 CLE je suis toute seule iCI::... je suis (auto)...
2745 OP [VOUS ÊTES TOUTE SEUle ?
2746 CLE hm hm...
2747 OP [AH D'Accord... ((rires))
2748 CLE [c'est pour ça (...)
2749 OP [**donc vous avez la voix JEUne… vous a/**
2750 CLE [que je pense pas
2751 OP **vous avez la**
2752 CLE [je pense pas
2753 OP **[voix JEUne… pour cette raiSOn que je vous ai posé la**
2754 **questiOn... si vous êtes la gérante ou pas ((rires))...**
2755 CLE oui… je suis la gérante... oui... ((rires))
2756 OP [d'a::ccord... bon::... c'est parFAIt::...
2757 CLE hm ?
2758 OP DOnc aLORs... euh::: m:::... donc moi je gère déjà l'agenda de X ((prénom
2759 de la collègue))... **elle elle est très gentille comme vous...** elle a la
2760 possibilité de passer vous voir selon votre disponibilité... à VOUs...
2761 d'accord ?
2762 CLE [mais non mais::... je/ NOn mais je pense pas que ça COlle hein ?
2763 sincèreMENt... mais en PLUs:: sincèreMENt... vous n'êtes PAs le premier
2764 à m'appeLEr... on m'a déjà appeLÉ pour ÇA::...
2765 OP hm hm...
2766 CLE c'est pour ÇA que:: vous me dites NOn... et moi je:: suis je:: si si... c'est::
2767 c'est...
2768 OP [d'accord...
2769 CLE [on m'a... on m'a déjà appelé pour ça:: et:: j'ai:: déjà dit NOn... à ce
2770 propos là je n'ai plus rien à vous parler:: (...)
2771 OP [d'accord... maDAme en fait je vous exPLIque... non non... je vous
2772 comprends parfaitement... et **moi j'apprécie**
2773 CLE [oui...
2774 OP [**ÇA::: et:: vous êtes très très**
2775 **gentille hein ?**
2776 CLE hm hm...

2777 OP [**ÇA:: je je dois que [sic] vous le dire**... alors... je:: vous explique un petit
2778 détail... nous maDAme... pourquoi je vous ai dit euh::: de toute façon... m/
2779 m/ moi... au niveau quand je conTActe quelqu'un:: j'ai l'historique... par lui
2780 je fais savoir com/ combien de fois je l'ai contacté... moi
2781 CLE [ouAIs::...
2782 OP [je vous ai
2783 dit... en fait j'ai essayé de vous contacter à onze heures quar/ quarante-
2784 QUAtre... j'ai essayé de vous
2785 CLE [oui...
2786 OP [contacter... j'ai pas:: eu euh:::... j'ai pas eu
2787 personne... donc euh:::

4.5.2. A argumentação e a polidez: uma dinâmica pendular

Com base na análise a respeito das estratégias às quais recorrem os operadores a fim de levar o cliente resistente às suas propostas a adquirir seu produto ou serviço, constata-se a existência de uma relação pendular entre os procedimentos argumentativos e de polidez. De acordo com Kerbrat-Orecchioni,

> [...] o principal objetivo buscado nas conversações é "uma máxima eficiência de troca de informações". Entretanto, é óbvio que o problema da polidez está localizado não no nível do conteúdo informacional que é preciso transmitir, mas no nível da relação interpessoal, que é preciso regular (KERBRAT-ORECCHIONI, 1992, p. 159)[203].

Nessa perspectiva, constatamos que os interlocutores franceses prezam, de modo mais significativo, pela eficiência máxima da troca de informação e priorizam, dessa forma, o conteúdo informacional das interações, ao passo que aos brasileiros importa preservar o seu valor relacional. Essa conjuntura, em um cenário de dissensão, provoca movimentos discursivos e interacionais igualmente divergentes: o maior equilíbrio relacional verificado em português, haja vista a menor frequência de procedimentos de polidez empregados pelos operadores, permite uma exploração mais efetiva do conteúdo informacional do discurso, o que pode ser corroborado pela maior presença de mecanismos de argumentação presentes nas ligações brasileiras; já, em francês, como há um menor equilíbrio relacional, a julgar

[203] "[...] le but principal recherché dans les conversations est 'une efficacité maximale de l'échange d'information'. Or il est évident que la problématique de la politesse se localise non point au niveau du contenu informationnel qu'il s'agit de transmettre, mais au niveau de la relation interpersonnelle, qu'il s'agit de réguler."

pela maior recorrência a mecanismos de polidez utilizados para reequilibrar o nível interacional dos diálogos, há um decréscimo na eficiência da troca informacional, uma vez que há uma menor presença de táticas de argumentação nas interlocuções francesas. Contudo, apesar da influência dessa dinâmica, sobretudo no corpo das interlocuções, o conteúdo informacional continua sendo a prioridade dos interlocutores franceses e o valor relacional, a dos brasileiros, haja vista que 70% das ligações em francês encerraram-se com desfecho definido, enquanto em português, 76,5% delas foram inconclusivas, havendo, pois, uma preferência por soluções evasivas que preservariam, *a priori*, o âmbito interpessoal.

A partir dessas apreciações, podemos afirmar que há, nas ligações de televendas brasileiras, um perfil comunicativo mais consensual se comparado às francesas, visto que se procura evitar a manifestação sistemática de conflitos e enfrentamentos frontais bem como a expressão direta de desacordos, enquanto os interlocutores franceses mostram-se mais tolerantes à comunicação de teor mais conflituoso. Conforme destaca Kerbrat-Orecchioni (2006, p. 123), “uma certa dose de acordo entre os interactantes está presente em qualquer ocasião e é sempre necessária para o prosseguimento da interação, mas as exigências, nesse sentido, variam sensivelmente de uma sociedade para outra”.

4.6. As modalidades de negociação no corpo da interação

As modalidades de negociação constituídas no corpo da interação entre operador e cliente nas interações brasileiras e francesas corroboram as apreciações previamente evocadas. Nesse sentido, nota-se, em português, que os interagentes procuram desviar-se dos embates e encontrar uma solução conciliadora para ambos, uma vez que em 76,5% das ligações manifestou-se a modalidade de negociação ideal bilateral (cf. Tabela infra) no corpo das ligações, o que indica que tanto o operador quanto o cliente alteraram sua posição inicial para alcançar uma resolução que os satisfizessem conjuntamente. Todavia, vale evocar que não houve nenhum desfecho favorável aos propósitos do operador brasileiro, o que aponta para uma supremacia do nível interacional em português, uma vez que, embora o cliente não esteja realmente interessado, prefere postergar a decisão em vez de assumir, abertamente, sua objeção.

Tabela 7: A relação das modalidades de negociação na abertura e no corpo da interação em português

Modalidades de negociação[204]	PORTUGUÊS Sequência de abertura	Corpo
Espontânea	88,2%	0%
Ideal Unilateral	11,8%	0%
Ideal Bilateral	0%	76,5%
Conflituosa	0%	23,5%

Esse movimento de busca por uma estabilidade interacional que não ameace a face nem do operador nem do cliente manifesta-se nas interações que se iniciaram sem a produção de dissenso bem como naquelas em que houve divergências, haja vista que em ambos os casos, no corpo da interação, houve o predomínio da modalidade de negociação ideal bilateral.

Em (120), por exemplo, em que houve a manifestação de uma negociação de natureza espontânea entre os interlocutores na sequência de abertura, e em (121), em que o dissenso produziu-se desde o princípio da interação, o que a inseriu na modalidade de negociação ideal unilateral, pois a cliente alinhou-se, posteriormente, ao operador e engajou-se na interação, observa-se que, no corpo da interação, em ambos os casos, os interagentes, após o estabelecimento do dissenso, ao serem levados a posicionar-se, efetivamente, a respeito da ação comercial proposta, lançam-se em uma negociação conversacional que resulta na não realização do objetivo transacional da operação de televendas, mas que, ao mesmo tempo, não se encerra de modo completamente desfavorável, haja vista que o cliente também distancia-se de sua objeção e considera a possibilidade, ainda que remota, de aquisição do curso, o que corresponde ao jogo interacional referente à modalidade de negociação ideal bilateral, em que não há ganhadores e nem perdedores.

(120) Diálogo 01

[204] *Negociação espontânea:* modalidade em que a interação realiza-se em um tom amistoso e não há a presença, ou há a presença mínima, de negociações conversacionais; *Negociação ideal unilateral*: provoca o alinhamento de um dos interlocutores às propostas do outro como resultado da negociação conversacional; *Negociação ideal bilateral*: os dois participantes modificam suas posições iniciais e aproximam-se, mutuamente, para encontrar uma solução conciliadora; *Negociação conflituosa*: as posições iniciais do operador e do cliente não se alteram, pois nenhum dos interlocutores aceita as proposições ou as concessões do outro.

0094 CL [...] **BOM... então vamos fazer o seguinte X ((nome incorreto da**
0095 **operadora))... eu... olho o <u>e-MAIl</u>... aí eu te reTORno... eu vou avaliAr**
0096 **junto com o meu gesTOr...**
0097 OPA uhum:::...
0098 CL **aí eu te dou um retorno por LÁ:::... e depois a/ a gente marca uma**
0099 **outra conversa por telefo::ne...**
0100 OPA TÁ...

(121) Diálogo 09

1323 CLE **uhum... é::... eu vou ver aqui com o pai dela... qualquer coisa e::u... eu**
1324 **reTOrno a ligação pra vocês... eu vo/ eu vou conversar com ele à**
1325 **noite e vejo... e FAlo...**
1326 OP NÃ::o... eu posso retornar amaNHÃ:: tamBÉm... não tem proBLE::ma...
1327 pode SE::r?
1328 CLE é:: mas é porque como o telefone não é:::... não é NO::sso... não é:::... de
1329 CAsa MESmo... aí acaba atrapalhano quem... quem NÉ? fica atendeno...
1330 CLE AH:::... entendi... enTÃO aNOta o zero oitocentos X ((nome da cliente))
1331 por faVOr...
1332 OP pera aí... só um minuti::nho... ((5”)) pode falar...

Nessa perspectiva, no corpo das interações brasileiras, em somente 23,5% dos casos, houve a manifestação da modalidade de negociação conflituosa, isto é, em que nenhum interlocutor alinha-se aos propósitos do outro, o que designa a estratificação das posições iniciais e a não vinculação do cliente aos objetivos do operador, como se verifica em (122), em que a cliente recusa, categoricamente, a proposta da agente de televendas. Porém, mesmo estando em posições opostas, nota-se que não há um atrito exarcebado entre as interagentes.

(122) Diálogo 11

1672 CLE [**é o que eu quero... no momento... o**
1673 **presencial seria:: me atendeRIa...**
1674 OPA mas você tá tendo TEMpo pra fazer o presenciAL?
1675 CLE [**mas não no momento... NÃO no momento**
1676 **não no momento...**
1677 OPA [ah::: ENTÃO?
1678 CLE **porque se eu for fazer um curso de inGLÊs... eu quero o**
1679 **presencial... eu não quero à distância...**
1680 OPA tá CERto... posso auxiliar em algo MA::is?
1681 CLE **só isso mesmo...**

Não houve nenhuma ocorrência das modalidades de negociação espontânea e ideal unilateral no corpo das interações em português, o que ratifica, igualmente, a predileção pela não determinação do desfecho da situação de comunicação.

Em francês, ao contrário, como há uma preferência pela definição da interação, a modalidade de negociação ideal unilateral[205] foi, nesse caso, a mais recorrente (cf. Tabela infra), ou seja, em 46,7% das interlocuções um dos interlocutores aliou-se às determinações do outro mediante a realização de uma negociação conversacional.

Tabela 8: A relação das modalidades de negociação na abertura e no corpo da interação em francês

	FRANCÊS	
Modalidades de negociação	**Sequência de abertura**	**Corpo**
Espontânea	66,7%	6,6%
Ideal Unilateral	13,3%	46,7%
Ideal Bilateral	10%	30,0%
Conflituosa	10%	16,7%

Nesse sentido, dos 46,7% de ligações pertencentes à modalidade ideal unilateral, em 23,4% delas, os operadores saíram vitoriosos das negociações conversacionais que se manifestaram no corpo da interação contra 23,3% dos clientes. Ilustraremos, respectivamente, ambos os casos.

Em (123), o cliente termina por aderir às condições apresentadas pela operadora aceitando receber a visita de um representante comercial.

(123) Diálogo 18

2193 CL [euh je suis... a/ a/ aPRÈs après... c'est:: c'est... c'est
2194 pour VOUs HEin ? ben c'est c'est:: c'est... moi moi plus vite je l' [sic] AI:::...
2195 [les conditions de contrat] eh:::... j'ai une vision sur le::: le::... ah voilà sur
2196 le:::... comment vous travaiLLEz... plus vite que j'ai une réponse hein ?
2197 **mais aPRÈs::... comme vous vouLEz HEin? vous voulez qu'on prend**
2198 **[sic] un rendez-vous... on prend [sic] un rendez-vous...**
2199 OPA hm hm... hm hm... hm:: d'accord...
2200 CL voilà...

Já, em (124), a agente de televendas rende-se aos argumentos relevados pela cliente, o que a faz desistir de seus objetivos comerciais e, antes de encerrar voluntariamente a ligação, assumir que a informação sobre problemas de artrose, *a*

[205] Em D1 e D9, embora os clientes franceses tenham se alinhado aos objetivos dos operadores, o que os relaciona à modalidade de negociação ideal unilateral, as ações não se realizaram, pois os interlocutores-alvo não correspondiam aos critérios de elegibilidade.

priori, gratuita, envolve, na verdade, custos, o que seria incompatível com a situação financeira relatada pela idosa.

(124) Diálogo 04

0561 CLE [...] **donc je vais pas vous embêter avec ça... est-ce que ça va plus**
0562 **vous::... euh vous:: chagriner qu'autre chose parce que c'est vrai que**
0563 **les plantes ça a un coût hein ? de toute façon... on a MÊme (...)**
0564 OPA [ah bah oui... voilà::...
0565 CLE **voiLÀ... même si on vous DOnne de bonnes adresses par rapport au**
0566 **prix... ça va vous freiNEr... donc c'est pas la peine de vous écoeurer**
0567 **plus... quoi...**
0568 OPA non... tout à fait...
0569 CLE [hein ? voiLÀ...
0570 OPA [tout à fait...
0571 CLE [hein ?
0572 OPA [voiLÀ::...
0573 CLE [bon bah écouTEz... excusez-MOI... bon
0574 couRA::ge...

Embora a quase totalidade das ligações em que se constituiu uma negociação de natureza espontânea na sequência de abertura (cf. Tabela supra) tenha se convertido em uma relação de negociação ideal unilateral no corpo das interações francesas, verifica-se, ainda que de modo menos expressivo, um deslocamento dessas ligações para a modalidade de negociação ideal bilateral (30%), a qual demonstramos em (125), em que cliente e operadora encontram uma solução que atende a ambos.

(125) Diálogo 08

1111 CL euh::... je/ aussi ah il faut que je euh:: il faut que je leur [à ses parents]
1112 pose la question... je peux pas prendre un rendez-vous comme ça:: si:::...
1113 OPA ouais... euh:::... vous vous allez pouvoir avoir vos parents aujourd'hui ?
1114 CL **[est-ce qu'on peut se rappeler demain ?**
1115 **vous me rappelez demain eh:: je leur pose la question madame...**
1116 OPA **[oul... bien SÛR... oul::... aLLEz y a pas de souci... comme ça vous**
1117 **avez le temps d'avoir vos parents... donc je vous rappelle deMAIN...**
1118 CL **[voilà super...**

Já, a modalidade de negociação conflituosa, ao lado da espontânea, é a menos recorrente no *corpus* francês no corpo da ligação. Há, porém, um paradoxo que as envolve: a modalidade de negociação conflituosa, quando manifestada na sequência de abertura, perpetua-se ao longo de toda a interação, ao passo que a

modalidade de negociação espontânea dissipa-se quase que totalmente no corpo do diálogo.

Nesse sentido, em 16,7% das ligações francesas, houve a manifestação de negociações conflituosas entre os interlocutores e, em 6,6%, o cliente aderiu às propostas do operador sem apresentar nenhuma objeção.

Em (126), nota-se, pela frequência de sobreposição de vozes, assaltos de turno bem como de variações prosódicas, a tensão que envolve os interlocutores, que não chegam a um consenso e encerram a interlocução em lados opostos, o que a insere na modalidade de negociação conflituosa.

(126) Diálogo 20

2445 CL **ah mais c'est pas une histoire de confiANce**...
2446 OP **[m/**
2447 CL **[c'est une hisTOlre de::**
2448 **tractation::... de captation:: de clientèle... moi ça m'intéresse pas de**
2449 OP **[la captatiOn...**
2450 CL **choses comme ça (...)**
2451 OP **[la la captation... la captation... moi je vous PArle de**
2452 **la mise en relation directe... c'est-à-dire nous (...)**
2453 CL [**oui vous faites de la captation:: et moi**
2454 **ça m'intéresse PAs de travailler comme ça monsieur... ça je vous le**
2455 **dis euh honnêtement et voilà... et::**
2456 OP [**d'accord...**
2457 CL [**très poliMENt... voiLÀ::... je::**
2458 OP **[NON NON...**
2459 **c'est pas grave... mais...**
2460 CL **[je veux pas vous faire perdre votre TEMps...**
2461 OP **d'accord... [...]**

Em (127), ao contrário, trata-se do único diálogo de nosso *corpora* em que não se produziram dissensos, o que designa uma negociação de natureza absolutamente espontânea, pois, já na sequência de abertura, o cliente envolve-se na ligação sem apresentar resistência e, em seguida, no corpo da interação, alinha-se, igualmente, aos objetivos da operadora sem expressar nenhuma objeção. Nota-se que seus turnos de fala resumem-se à produção de reguladores positivos e de marcadores de acordo, o que reflete sua posição de colaboração absoluta.

(127) Diálogo 21

2513 OPA [de toutes les FAçons... euh voilà... nous nous captons à travers beaucoup
2514 de canaux::... sur InterNEt...
2515 CL [hm hm... hm hm...

OPA des internautes qui CHERchent justeMENt la mécanique pour tout type de voitures sur X ((ville))... donc TOUt simpleMENt... on les fait re::diriger vers vous... c'est-à-dire
CL [hm hm...
OPA [que le cliENt va passer directement par vous par téléPHOne...
CL **d'a::ccord...**
OPA [je sais PAs si vous... vous faites le déPAnnage par exemple...
CL no::n...
OPA PAs de dépannage... d'accord
CL [on fait pas de dépannage... non... non...
OPA D'Accord... donc QUANd il a envie par exemple de::: faire la mécanique réparer sa voiture automatiqueMENt... nous:: on fait rediriger ces personnes LÀ vers vous... VOUs:: vous allez les traiter... les gérer comme vous le faites d'habitude... **donc**
CL [hm hm...
OPA **[pour le moMENt... euh:: mon coLLÈgue... il est sur X ((ville))... la semaine prochaine...**
CL hm hm...
OPA **[d'accord ?**
CL **d'accord...**
OPA **[et::: même cette seMAIne... donc il veut biEn vous renconTREr pour vous expliquer tout d'abord...**
CL **bien SÛR...**

Nesse sentido, a ocorrência de dissensos é, praticamente, inerente às ligações de televendas, haja vista que em somente uma interação não houve a manifestação de conflitos. De qualquer forma, seja com ou sem a presença de desacordos, os interlocutores franceses preferem definir, do modo mais efetivo possível, a situação, pois, ao considerarmos o conjunto das modalidades de negociação que se produziram em francês, em 70% dos casos, houve a definição da interação, seja ela positiva ou negativa, uma vez que a modalidade de negociação ideal bilateral é a única que não apresenta um desfecho definido. Em português, ocorre movimento oposto: 76,5% das ocorrências correspondem à modalidade de negociação ideal bilateral, ou seja, com desfecho indefinido. Destacamos, pois, mais uma vez, a supremacia em português, do nível relacional, sobre o informacional e, em francês, a manifestação de uma dinâmica oposta.

Talvez, a duração das interações em ambas as línguas possa, igualmente, ser relacionada a essas especificidades, haja vista que em português uma ligação dura, em média, 7m e, em francês, 4m, ou seja, os interagentes brasileiros passam mais tempo ao telefone e produzem menos desfechos conclusivos, ao passo que os franceses comunicam-se por menos tempo, mas preferem alcançar uma solução resoluta.

Essas ponderações revelam, pois, particularidades referentes ao *ethos* comunicativo dos brasileiros e franceses ao interagirem em ligações de televendas: os participantes brasileiros evitam ameaçar a relação, haja vista que, em vez de persistir na objeção, preferem encontrar uma resolução paliativa, o que preserva a face do operador, mas pode também ser ameaçador à sua face, pois está sacrificando seu verdadeiro intento, ao passo que os franceses realizam um movimento oposto, ou seja, resguardam sua face negativa manifestando seu real julgamento sobre a situação em detrimento do nível relacional.

CONCLUSÕES

Esta pesquisa pautou-se na observação de uma situação social natural e propôs uma reflexão sobre o funcionamento de interações com fins comerciais, ou interações de trabalho, que ocorrem à distância, em uma perspectiva comparativa, a fim de compreender como se realiza a gestão do dissenso em ligações telefônicas de televendas no Brasil e na França. Para tanto, verificamos quais estratégias discursivas, ou negociações conversacionais, mobilizou o operador, responsável pela inauguração desse evento comunicativo, para atingir seu objetivo comercial, bem como as modalidades de negociação decorrentes desse processo de busca pela desconstrução do desacordo, no intuito de constatar possíveis similaridades e disparidades entre as línguas portuguesa (Brasil) e francesa (França) e suas respectivas culturas.

Assim, pudemos observar como atua o operador para (1) desconstruir o dissenso preliminar que envolve as interações de televendas e engajar o cliente na interação; (2) reorientar o cliente , em situação de dissenso produzida no decorrer da ligação, para o propósito central da ação comercial e tentar convencê-lo da real atratividade de sua proposta; (3) revelar as relações de dominância que se configuraram entre o operador de televendas e o cliente a fim de identificar as modalidades de negociações estabelecidas entre ambos.

Em um primeiro momento, procuramos entender como se organiza a sequência de abertura e, assim, identificamos duas fases, a abertura da sequência e as estratégias de incursão, essas constituídas pelas construções justificadoras e perguntas de captação. As primeiras funcionaram como uma espécie de elo entre as intervenções rituais e as perguntas de captação; as últimas surgiram como um chamariz para atrair e engajar, efetivamente, o cliente na interação. Com efeito, no interior de cada uma dessas etapas, houve uma combinação de várias outras estratégias que se articularam para o mesmo fim.

No tocante à abertura da sequência, a estratégia mais significativa empregada pelos operadores, tanto brasileiros quanto franceses, foi a realização de perguntas, pois lhes permitiu controlar, progressivamente, o desenvolvimento da interação, afinal, quem pergunta conduz e quem responde é conduzido. Ainda que o emprego de perguntas seja característico das aberturas, esse modelo típico esteve a

serviço do controle interacional nas ligações de televendas, pois se configurou como um modo de não dar voz ao cliente no intuito de diminuir os riscos de objeção e garantir a realização da interação. Essa configuração coloca o operador na posição de regente da situação de comunicação e confere ao interlocutor um papel secundário.

A primeira delas surge, em geral, logo na primeira intervenção do operador, após a confirmação da abertura do canal de comunicação, seguida de uma saudação, e tem uma dupla finalidade: convocar, especificamente, o interlocutor-alvo da operação comercial - mediante a explicitação de seu nome próprio, em âmbito brasileiro, e de seu sobrenome, sempre acompanhado pelos pronomes de tratamento *Monsieur/Madame (senhor/senhora)*, em francês - e, ainda, garantir a consecução da interação, pois cria um déficit interacional que solicita a complementação do par adjacente (pergunta/reposta) pelo cliente.

Em sua segunda intervenção, depois de se identificarem, os operadores brasileiros e franceses atuaram em direções distintas: enquanto, em português, voltaram-se para o nível relacional da comunicação e enunciaram a pergunta de saudação *tudo bem?,* em francês, introduziram a justificativa de seu contato seguida, em geral, por uma pergunta de captação, ou seja, orientaram a interação para o nível informacional. Embora ambos os operadores explorem, no final de seu turno, a mesma estratégia, ou seja, finalizaram-no com uma pergunta - que engaja, pois, o interlocutor – o operador brasileiro investiu no estabelecimento de uma relação de proximidade com o cliente*,* ao passo que o francês priorizou a objetividade da ação. A relevância da esfera relacional nas interlocuções brasileiras emergiu, novamente, na reação dos operadores diante da resposta à pergunta de saudação enunciada pelo cliente, dado que produziram um novo enunciado de natureza relacional, as intervenções avaliadoras.

Como vimos, a relação interpessoal revelou-se como um importante fator para a realização das ligações telefônicas em português, o que tornou sua abertura da sequência mais complexa se comparada às interações em francês.

No que se refere às estratégias de incursão, mais precisamente às construções justificadoras, que explicitam o motivo do telefonema, elas foram sistematicamente utilizadas em português, o que não ocorreu em francês. Desse

modo, enquanto em português o ponto de transição entre a sequência de abertura e o corpo da interação revelou-se nas perguntas de captação, em francês, as próprias construções justificadoras desempenharam, em alguns casos, esse papel. Assim, como seu propósito foi o de captar, em definitivo, o cliente, notou-se uma configuração mais elaborada dessas construções no *corpus* francês. Além disso, em consequência de dissimular o propósito comercial de sua chamada, o operador inseriu em seu discurso elementos que sustentassem seu disfarce, como mecanismos persuasivos, sobretudo, argumentativos, e de polidez. Esse evento produziu-se, em geral, com particulares e, no caso dos telefonemas direcionados a profissionais, a situação alterou-se.

No tocante às perguntas de captação, observou-se sua presença em quase todas as interações brasileiras. Haja vista seu propósito, a maioria delas (75%) foi de natureza direta total, ou seja, que limita o poder, razão pela qual as perguntas diretas parciais foram raramente empregadas, pois conferem ao cliente maior liberdade para se posicionar, desenvolver reflexões e, assim, opor-se à operação de televendas. As perguntas indiretas foram, igualmente, exploradas em português, porém com pouca expressividade.

Nas ligações francesas, as perguntas de captação estiveram presentes em 53,3% das interações e, 25% delas foram antecedidas por uma construção justificadora. Nos outros 28,3%, foram empregadas de modo mais autônomo e, via de regra, integraram sequências consecutivas de pares adjacentes, pergunta-resposta, a fim de envolver o cliente na interação. Essa estratégia foi amplamente explorada em diálogos com profissionais do comércio, ocasião na qual o operador realizou a captação passando-se por um cliente potencial interessado na atividade comercial que desenvolvem. Além das perguntas de captação e das construções justificadoras, os operadores franceses buscaram engajar o cliente mediante a realização de pedidos, presentes em 14,3% dos enunciados, eventos que não se produziram em português. A pergunta direta total foi a categoria mais empregada pelos operadores franceses, bem como pelos brasileiros, para envolver o possível cliente na ligação. Porém, não houve ocorrências de perguntas diretas parciais no *corpus* francês e as indiretas totais foram pouco expressivas.

Outras estratégias desempenharam um importante papel no processo de engajamento do cliente na sequência de abertura. A persuasão e a polidez perpassaram por todas as categorias de análise supracitadas em ambos os *corpora*.

Como a argumentação surge em situação de confronto, seu emprego foi mais restrito, de forma geral, na sequência de abertura. Esteve mais presente em francês, haja vista que foi empregada, via de regra, como desestruturadora do dissenso. Assim, os recursos persuasivos se fizeram muito mais presentes, na abertura, pelo uso de uma seleção vocabular estratégica, de estrangeirismos, termos técnicos e de expressões que evidenciaram a singularidade da situação, apresentada como oportunidade imperdível.

No que tange ao uso da polidez, embora percorra todas as etapas da abertura em ambos os *corpora*, seu emprego, de forma geral, não foi muito expressivo e variou de acordo com o perfil e objetivos comunicativos dos interagentes de cada cultura. Na abertura da sequência, por exemplo, de amplo valor ritual, os mecanismos de polidez ampliaram-se em português. Já, nas construções justificadoras, a polidez manifestou-se de modo mais recorrente no *corpus* francês, haja vista que, em muitos casos, os operadores procuraram engajar o cliente nesse ponto da interação e, conscientes da ameaça que representa essa incursão à sua face, anteciparam-se e utilizaram procedimentos atenuadores de polidez a fim de mitigar o valor ilocutório de seu discurso e prevenir a eclosão de uma possível objeção. Nas perguntas de captação, a presença da polidez, de modo geral, foi escassa. Porém, se tomarmos como referencial somente as perguntas indiretas, de uso restrito em nossos dados, reuniram, em sua totalidade, diversos elementos de polidez, tanto em português quanto em francês.

A análise mostrou que o papel da polidez foi muito mais relevante enquanto recurso atenuador e facilitador da incursão no território do cliente do que como procedimento reparador dos descompassos interacionais oriundos do dissenso. Nos casos de embates mais diretos, via de regra, verificou-se que a polidez não possuiu papel relevante. Porém, quando o cliente subtrai do operador sua posição de regente e passa a controlar a progressão da interação, o operador intensifica o uso dessas estratégias.

Observamos, ainda, que a constituição de uma relação de familiaridade configurou-se como uma importante estratégia para engajar o cliente brasileiro na interação. Embora o tratamento informal tenha predominado, verificou-se, em português, uma significativa variabilidade no eixo formalidade/informalidade, o que

leva a uma oscilação entre os usos padrão e coloquial da língua e admite, por exemplo, o emprego de *você* e *senhora* em uma mesma interlocução.

Já, em francês, como a relação é inteiramente profissional, houve o uso predominante de sobrenomes, acompanhados pelas formas de tratamento *Monsieur/Madame* (senhor/senhora) e, ainda, o emprego exclusivo do pronome *vous*. Assim, enquanto em português houve uma variação desses usos no decorrer da interação, em francês, foram estáveis.

As estratégias supracitadas mobilizadas pelos operadores brasileiros e franceses obtiveram, como é de se esperar, efeitos positivos, pois todos os clientes foram engajados na interação. Contudo, diferentes modalidades de negociação delinearam-se a partir do jogo interacional constituído entre os interactantes. Em 88,2% das ligações telefônicas em português, os clientes foram engajados na operação de *televendas* sem a produção de dissensos, ou com uma produção mínima, contra 66,7% em francês, o que aponta para o predomínio da modalidade de negociação espontânea em ambos os casos, porém, com maior incidência em português. Embora a atuação dos operadores tenha participação direta nesses resultados, acreditamos que as normas e características culturais dos interagentes contribuam intensamente com essa configuração. De qualquer forma, nesse momento da interação, o operador ocupa o papel de ganhador, pois foi capaz de reger a interlocução a seu favor.

Essa disposição à cooperação pôde ser constatada, igualmente, nos mecanismos interacionais mobilizados pelos interlocutores. No decorrer de todas as sequências de abertura em português, por exemplo, houve somente quatro eventos de sobreposição de vozes e um assalto de turno, o que aponta para uma harmonia interacional. Todavia, apesar do predomínio desse equilíbrio, houve, igualmente, a manifestação de situações de conflito nessa etapa da interação. Assim, enquanto em português o dissenso estabeleceu-se em 11,8% das sequências de abertura, em francês, revelou-se em 33,3% dos casos. A totalidade das negociações conversacionais brasileiras integra a modalidade ideal unilateral, a qual foi, igualmente, a mais frequente em âmbito francês, representando 13,3% das ligações, o que significa que um dos interlocutores abandonou sua posição inicial e alinhou-se às propostas do outro.

Já, no *corpus* francês, devido a uma manifestação mais acentuada de dissensões na sequência de abertura, uma maior presença de eventos de negociação conversacional manifestou-se entre os interagentes e, por conseguinte, estabeleceu-se entre eles uma maior diversidade de relações de dominância, ou seja, além da modalidade ideal unilateral, verificaram-se, ainda, a ideal bilateral (10%) e a conflituosa (10%). A intensa presença de assaltos de turno bem como de sobreposição de vozes caracterizam essas interlocuções.

Em interações em que houve a manifestação de dissensos, como na modalidade de negociação ideal, o operador francês necessitou, em média, de 1 minuto e de 5,8 turnos de fala para engajar o cliente na interação, ao passo que ao brasileiro foram necessários 54 segundos e 4 turnos. Já, na modalidade de negociação espontânea, ou seja, sem a presença de conflitos, o operador francês o fez em 26 segundos e em 2,9 turnos, contra 36 segundos e 3,3 turnos de fala do operador brasileiro. Assim sendo, duas configurações revelaram-se ao se comparar esses fenômenos: em situações de dissenso, os franceses interagiram por mais tempo, porém, em um contexto colaborativo, os brasileiros comunicaram-se mais longamente.

A respeito do corpo da interação, quando o cliente mostrou-se contrário às propostas, a persuasão, a argumentação e a polidez, foram, igualmente, os mecanismos linguístico-discursivos empregados pelos operadores no processo de desconstrução do dissenso. No *corpus* brasileiro, os desacordos foram mais regulares, pois estiveram presentes em todas as interações, enquanto no francês, mais abundantes e incisivos, uma vez que houve uma maior frequência de dissensos no interior de uma mesma interlocução, além da presença de um maior dinamismo e reatividade revelados pelos clientes franceses, o que deu origem, portanto, a trocas discursivas mais conflituosas.

Contudo, em termos de atividade persuasiva, principalmente, argumentativa, houve uma consonância entre as técnicas discursivas empregadas pelos operadores de ambas as culturas, afinal, compartilharam, quase que integralmente, os mesmos recursos discursivos no processo de negociação.

No que se refere à polidez, não houve a manifestação de eventos interacionais muito intensos que pudessem colocar a interação em risco no *corpus*

brasileiro, já que os clientes evitaram, em geral, os confrontos diretos, preferindo esquivar-se da oposição, além de serem menos reativos. Assim, nesse caso, as estratégias de polidez empregadas pelos operadores ao longo das sequências argumentativas foram menos numerosas, essencialmente de natureza preventiva e voltadas à construção de vínculos com o cliente a fim de estabelecer uma aproximação. Essa tendência à familiaridade atende, perfeitamente, às necessidades do operador, pois lhe confere maior liberdade para argumentar e apresentar suas contraposições e assegura-lhe, em princípio, o acesso a mais ferramentas para convencer o cliente sem ameaçar a sua face. Como a relação interpessoal está, em geral, regulada, a troca informacional ocorre de modo mais eficaz, haja vista a maior presença de mecanismos de argumentação no *corpus* em português. Nesse sentido, os mecanismos de polidez mais requisitados no decorrer da sequência argumentativa em português foram de ordem relacional.

Já, em francês, como o dissenso foi revelado pelos clientes sem desvios e, em alguns casos, de modo hostil, as táticas de polidez foram mais frequentes, além de haver o uso de mecanismos reparadores bem como preventivos. Assim, o sistema de polidez presente nos dados em francês foi mais complexo e vasto, haja vista a necessidade de regular a relação interpessoal. Embora tenhamos observado uma maior frequência e diversidade de estratégias de polidez no *corpus* francês, houve, em geral, uma consonância entre ambas as línguas em relação aos procedimentos empregados, tanto de polidez negativa, muito mais abundantes, quanto de polidez positiva.

Embora os interlocutores franceses prezem, de modo mais significativo, pela eficiência máxima da troca de informação e priorizem, dessa forma, o conteúdo informacional das interações, ao passo que aos brasileiros importa preservar o seu valor relacional, em um cenário de dissensão, ocorre uma inversão nessa conjuntura, dado que o maior equilíbrio relacional verificado em português, haja vista a menor frequência de procedimentos de polidez empregados pelos operadores, permitiu uma exploração mais efetiva do conteúdo informacional do discurso, o que pode ser corroborado pela maior presença de mecanismos de argumentação presentes nas ligações brasileiras; já, em francês, como houve um menor equilíbrio relacional, a julgar pela maior recorrência a mecanismos de polidez utilizados para reequilibrar o nível interacional dos diálogos, ocorreu um decréscimo na eficiência da

troca informacional, uma vez que houve uma menor presença de táticas de argumentação nas interlocuções francesas.

Contudo, apesar da influência dessa dinâmica, o conteúdo informacional continua sendo a prioridade dos interlocutores franceses e o valor relacional, a dos brasileiros, haja vista que 70% das ligações em francês encerraram-se com desfecho definido, enquanto em português, 76,5% delas foram inconclusivas, havendo, pois, uma preferência por soluções evasivas que preservariam, *a priori*, o âmbito interpessoal nas interações brasileiras. Mais uma vez, em português, o nível relacional sobrepôs-se ao informacional, ao passo que, em francês, ocorreu a inversão dessa configuração.

Relacionamos a duração das ligações em ambas às línguas a essas especificidades: em português uma ligação durou, em média, 7m e, em francês, 4m, ou seja, os interagentes brasileiros passaram mais tempo ao telefone e produziram menos desfechos conclusivos, enquanto os franceses comunicaram-se por menos tempo, mas obtiveram resultados mais definidos.

As modalidades de negociação constituídas no corpo da interação entre operador e cliente, nas interações brasileiras e francesas, corroboraram as apreciações referentes aos comportamentos comunicativos delineados em ambas as línguas previamente evocados.

Observamos, em português, que os interagentes procuraram desviar-se dos embates e encontrar uma solução conciliadora para ambos, uma vez que em 76,5% das ligações manifestou-se a modalidade de negociação ideal bilateral no corpo das ligações, o que indica que tanto o operador quando o cliente alteraram sua posição inicial para alcançar uma resolução que os satisfizessem conjuntamente. Todavia, vale evocar que não houve nenhum desfecho favorável aos propósitos do operador, o que aponta para uma supremacia do nível interacional em português, uma vez que, embora o cliente não esteja realmente interessado, prefere postergar a decisão em vez de assumir, firmemente, sua objeção. Nessa perspectiva, no corpo das interações brasileiras, em somente 23,5% dos casos, houve a manifestação da modalidade de negociação conflituosa, isto é, em que nenhum interlocutor alinhou-se aos propósitos do outro, o que designa a estratificação das posições iniciais e a não vinculação do cliente aos objetivos do operador.

Em francês, ao contrário, como houve uma preferência pela definição da interação, a modalidade de negociação ideal unilateral foi, nesse caso, a mais recorrente, ou seja, em 46,7% das interlocuções, um dos interlocutores aliou-se às determinações do outro, além da presença da modalidade conflituosa em 16,7% das interações e da espontânea em 6,6%, que designam, igualmente, um desfecho determinado. Em 30% dos casos, houve a manifestação da modalidade ideal bilateral, ou seja, a única em que o resultado da interação é inconclusivo.

Essas ponderações revelam, pois, particularidades referentes ao ambiente cultural ou, digamos, de um *ethos* coletivo que remete a um parâmetro cultural, desses interagentes em ligações de televendas: os brasileiros, mais evasivos e consensuais, evitam ameaçar a relação, haja vista que, em vez de persistir na objeção, preferem encontrar uma resolução paliativa, o que preserva a face do operador, mas pode também ser ameaçador à sua face, pois está sacrificando seu verdadeiro intento, ao passo que os franceses, mais objetivos e reativos, realizam um movimento oposto, ou seja, resguardam sua face negativa manifestando seu real julgamento sobre a situação em detrimento do nível relacional.

Este estudo objetivou investigar, através da explicitação, explicação, demonstração e, enfim, comparação, as estratégias discursivas e argumentativas decorrentes, em grande parte, do contexto a) de um diálogo não presencial e b) de televendas. Acreditamos, com efeito, que os parâmetros concretos da ligação de televendas estabeleçam, de antemão, o processo de interação. Isso, certamente, não significa que o pré-estabelecido impossibilite, barre momentos, direções ou reações imprevisíveis que se manifestam no ocorrer da interação. É, justamente, essas bifurcações e/ou rupturas que mostram, de maneira contundente, que cada interação constitui, ao pé da letra, uma performance que, por natureza, é única, não repetível.

Enfim, mesmo considerando a dinâmica pré-estabelecida (o *script*) desse tipo de interação, tentamos mostrar o quanto é determinante o papel da cultura na qual ela se dá. Foi isso que, esperamos, ter trazido à tona em nossa perspectiva comparativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTINI, Th; HELFER, J.P.; ORSONI, J. *Dictionnaire du marketing*. 3ª ed. Paris: Vuibert, 2008.

BAKHTIN, M. *Le marxisme et la philosophie du langage : essai d'application de la méthode sociologique en linguistique*. Paris : Minuit, 1977.

_____. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 2004.

_____. *Estética da criação verbal*. 4. ed. Trad. P. Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003, 1979.

BARTHES, R. Écrivains, intellectuels, professeurs. *Tel que*, nº 47, p. 3-18, p. 1971.

BENOIT, J.C. & al. *Dictionnaire clinique des thérapies familiales systémiques*. Paris: Les éditions ESF, 1988.

BLANCHET, P. *L'approche interculturelle em didactique du FLE*. Rennes: 2004.

BLUM-KULKA, Sh.; HOUSE, J.; KASPER, G. (eds.) *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*. Norwood, NJ: Ablex, 1989.

BOYER, A. De Usu argumentorum. In: *Hermès*, nº 15, p. 25-27, 1995.

BROWN, P.; LEVINSON, S*. Politeness. Some universals in language usage.* Cambridge: Cambridge University Press, 1987 (1978).

BYRAM, M. La compétence interculturelle. In : *Guide pour la recherche en didactique des langues et des cultures*. Paris: EAC, 2011.

CAMPOS, K. *Época Negócios.* Saiba como evitar as ligações de telemarketing, 2017. Disponível em https://epocanegocios.globo.com/Marketing/noticia/2017/08/saiba-como-evitar ligacoes-de telemarketing.html. Acesso em 28 de fev. de 2019.

CANALE, M.; SWAIN, M. Theoretical bases of communicative approaches to second langage teaching and testing. *Applied Linguistics*, nº1, p. 1-47, 1980.

CASTILHO, A.T.; BASÍLIO, M (Orgs.). *Gramática do Português Falado, Estudos descritivos*. Campinas: Editora da Unicamp/Fapesp, v. IV, 1996.

CELCE-MURCIA, M. Rethinking the role of communicative competence in language teaching. In: E. A. SOLER & M. P. S. JORDÀ (Eds.), *Intercultural Language Use and Language Learning* (pp. 41–58). Dordrecht, The Netherlands: Springer, 2007.

CHARAUDEAU, P. *Langage et discours. Élements de sémiolinguistique*. Paris : Hachette, 1983.

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm>. Acesso em 15 de setembro de 2018.

CODE DE LA CONSOMMATION. Loi nº 2016-301 du 14 mars 2016. Disponível em: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20181117>. Acesso em 15 de setembro de 2018.

COHEN-EMERIQUE, Margalit. L'interculturel dans les interactions des professionnels avec les usagers migrants*. Alterstice*, 1(1), 9-18, 2011.

COUPLAND, J. (Ed.). *Small Talk*. Londres: Longman, 2000.

CUNHA, C.; e LINDLEY CINTRA, L. F*. Nova Gramática do Português Contemporâneo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

DORNYEI, Z. (2001). *Motivational Strategies in the Language Classroom*. Cambridge: Cambridge University, 2001.

DOURY, M. *Argumentation: analyser textes et discours*. Paris: Armand Colin, 2016.

DURANTI, A.; GOODWIN, Ch. *Rethinking context: langage as an interactive phenomenon***.** Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

EDMONDSON, W. *Spoken Discourse: A Model for Analysis.* Londres: Longman, 1981.

EMBAIXADA DO BRASIL EM PARIS. Ministério das Relações Exteriores. [2018]. Disponível em <http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5176&Itemid=478&cod_pais=FRA&tipo=ficha_pais&lang=pt-BR> Acesso em 2 maio de 2019.

EMBAIXADA DA FRANÇA NO BRASIL. [2018]. Disponível em: < https://br.ambafrance.org/O-Brasil-e-a-Franca> Acesso em 2 maio de 2019.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

FRASER, B. Conversational mitigation, *Journal of Pragmatics*, nº4, p. 341-350, 1980.

GOFFMAN, E. *Asiles*. Paris: Minuit, 1969.

_____. *Façons de parler*. Paris: Éditions de Minuit, 1987.

_____. *Les rites d'interaction*. Paris: Minuit, 1974.

GOLOPENTJA, S. Interaction et histoire conversationnelles. In: Cosnier J.; Gelas, N.; Kerbrat-Orecchioni, C. (ed.) *Échanges sur la conversation*. Paris: CNRS Éditions, 1988, p. 69-81.

GRICE, H. P. Logic and conversation. In: COLE, P. & MORGAN, J.L. (Eds.). *Syntax and semantics.* Volume 3. New York: Academic Press, 1975.

GUDYKUNST, W. B *Intercultural communication theory: Current perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1983.

HABERMAS, J. *Théorie de l'agir communicationnel*. Paris : Fayard, 1987a.

HERITAGE, J. *Garfinkel and Ethnomethodology*. Cambridge: Polity press, 1984.

KAPLAN, R. B. *Cultural thought patterns in inter-cultural education*. Language Learning, 16 (1), 1- 20, 1966.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. *L'énonciation : de la subjectivité dans le langage*. Paris: Armand Colin, 1980.

_____. Les négociations conversationnelles. *Verbum*, nº VII, p. 223-243, 1984.

_____. *Les interactions verbales. Tome I*. Paris: Armand Colin, 1990.

_____. *Les interactions verbales. Tome II*. Paris: Armand Colin, 1992.

_____. *Les interactions verbales. Tome III*. Paris: Armand Colin, 1994.

_____. *La conversation***.** Paris: Ed. Seuil, 1996.

_____. *L'énonciation***.** Paris: Armand Colin, 1999.

_____. *Os atos de linguagem no discurso: teoria e funcionamento*. Tradução de Fernando Afonso de Almeida e Irene Ernest Dias. Rio de Janeiro: UdUFF, 2005.

_____. *Le discours en interaction*. Paris : Armand Colin, 2005.

_____. *Análise da conversação: princípios e métodos*. Trad. Carlos Piovezani Filho. São Paulo: Parábola Editorial, 2006.

_____. Analyse du discours en interaction : quelques principes méthodologiques. *Limbaje si comunicare*, 2007, IX, pp.13-32. Disponível em: < https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00389971>. Acesso em 2 set. 2017.

KERBRAT-ORECCHIONI, C.; TRAVERSO, V. *Les interactions en site commercial : invariants et variations*. Lyon : ENS Éditions, 2008.

KOTLER, P. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. São Paulo: Atlas, 1998.

LABOV, W. The Notion of 'system' in Creole Studies. In: *Pidginization and creolization of languages*, 1971, p. 447-72.

LEECH, G. N. *Principles of Pragmatics*. London: Longman, 1983.

LEWIS, B.R.; LITTLER, D. (Orgs.). *Dicionário enciclopédico de Marketing*. São Paulo: Atlas, 2001.

LORENZO-BASSON, M.C. La vente à domicile : une interaction de commerce qui ne dit pas son nom. In: *Les interactions en site commercial* : *Invariants e variations*. Lyon : ENS Éditions, p. 217-251, 2008.

MAYNARD, S.K. *Japanese conversation: Self-contextualiation through structure and interactional management*. Norwood, NJ: Ablex, 1989.

MILON, A.; SAINT-MICHEL, S.H*. Lexicom : les 3500 mots du marketing publicitaire, de la communication et des techniques de production*. Paris: Bréal, 2015.

MERRITT, M. On questions following questions in service encounters. *Langages in Society*, nº5, p. 315-357, 1976.

MICHAELIS. Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>. Acesso em: jun. 2009.

MONDADA, L. Pour une linguistique interactionnelle, *Marges linguistiques* 1, 2001. Disponível em: < https://emono.unibas.ch/catalog/download/37/27/291-1>. Acesso em: 15 dez. 2018.

_____. Interactions en situations professionnelles et institutionnelles: de l'analyse détaillée aux retombées pratiques. *Revue Française de Linguistique Appliquée,* (Vol. XI), p. 5-16, 2006/2. Disponível em: < http://www.cairn.info/revue-francaise-de-linguistique-appliquee-2006-2-page-5.htm>. Acesso em 7 set. 2017.

OLEKSY, W. *Contrastive Pragmatics*. Amsterdam: John Benjamins, 1989.

PERELMAN, Ch. *L'empire rhétorique: rhétorique et argumentation*. 5ªed. Paris: J. Vrin, 2002.

PERELMAN, Ch.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *O tratado da argumentação: a nova retórica*. Trad. Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. 3ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2014.

PLANTIN, Ch. Questions, Argumentations, Réponses. In: Kerbrat-Orecchioni, C.(éd.). *La question.* Lyon: PUL, p. 63-85, 1991.

_____. *L'interaction argumentative*. Document de synthèse présenté pour l'Habilitation à diriger les recherches, Université Lyon 2, 1995e.

_____. Le trilogue argumentatif. *Langue Française*, nº 112, p. 9-30, 1996.

_____. *Dictionnaire de l'argumentation. Une introduction aux études d'argumentation*. Lyon: ENS Éditions, 2016.

POMERANTZ, A.M*. Agreeing and disagreeing with assessments: some features of preferred/dispreferred turn shapes*. In: ATKINSON & HERITAGE, p. 57-101, 1984.

PRETI, D. *Análise de textos orais*. São Paulo: FFLCH/USP, 1993.

ROBERT, P. *Le Nouveau Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Paris : Dictionnaires Le Robert, 2000.

ROULET, E. et al. Actes de langage et structure de la conversation. In : *Cahiers de Linguistique Française de Génève*, nº 1, 1980.

_____. et al. *L'articulation du discours en français contemporain*. Berne : Peter Lang, 1985.

_____. Vers une approche modulaire de l'analyse du discours. *Cahiers de Linguistique Française*, nº 12, p. 53-81, 1991.

_____. Énoncé, tour de parole et projection discursive. In : BERTHOUD et MONDADA (Eds.). *Modèles du discours en confrontation*. Berne : Peter Lang, p. 5-23, 2000.

ROULET, E. ; FILLIETTAZ, L. GROBET, A et al. *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours*. Bern: Peter Lang, 2001.

SCHEGLOFF, E. Sequencing in conversationnal openings. In: *American Anthropologist*. v. 70, nº 4, p. 1075-1095, 1968.

SACKS, H.; SCHEGLOFF, E. A. Two preferences in the organization of reference to persons in conversation and their interaction. In: PSATHAS, G. (Ed.). *Everyday Language: Studies in Ethnomethodology*. New York: Irvington, p. 15-21, 1979.

SACKS, H.; SCHEGLOFF, E.A.; JEFFERSON, G.A. A simplest systematics for the organization of turn-talking in conversation. In: SCHENKEIN, J. (Ed.). *Studies in the organization of conversational interaction*. New York: Academic Press, 7-55, 1978.

SEARLE, John R*. Les actes de langage.* Paris: Herman, 1972.

SILVA, L. A. Tratamentos familiares e referenciação dos papeis sociais. In: PRETI, Dino. (org.) *Léxico na língua oral e escrita*. São Paulo: Humanitas, 2003.

SINCLAIR, A.; COULTHARD, R.M. *Towards an Analysis of Discourse. The English used by Teachers and Pupils*. Oxford: Oxford Univ. Press, 1975.

STRAUSS, A. L. *La trame de le négociation*, textes réunis et présentés par Isabelle Baszanger. Paris : L'Harmattan, 1992.

TRAVERSO, V. *L'analyse des conversations.* Paris: Nathan, 1999.

_____. *L'exposition du problème dans des phone-in avec des experts : comparaison d'interactions françaises et syriennes,* Cahiers de praxématique, nº 50, 2008, pp. 103-130.

_____. *Décrire le français parlé en interaction*. Paris: Éditions Ophrys, 2016.

UNESCO. *Compétences interculturelles : cadre conceptuel et opérationnel*. Paris: Unesco, 2013.

VINCENT-MARELLI, J. Notes on power and solidarity in bookshops: goals, roles and the functions of laughing. In: *Aston G*., p. 233-265, 1988.

VION, R. *La communication verbale: analyse des interactions*. Paris : Hachette, 2000 [1992].

WATZLAWICK, BEAVIN & JACKSON. *Une logique de la communication*. Paris: Le Seuil, 1972.

WIERZBICKA, A. *Cross-cultural pragmatics: The semantics of human interaction*. Berlin: Mouton de Gruyter, 1991a.

WINDICH, U. *Le K.O. verbal. La communication conflictuelle*. Lausanne: L'Âge d'Homme, 1987.

APÊNDICE

Anexo A. Transcrição das ligações de televendas em português.....290
Anexo B. Transcrição das ligações de televendas em francês.....341

Anexo A. Transcrição das ligações de televendas em português.

CORPUS PORTUGUÊS

Diálogo 01
Duração: 5’24’’
Cliente: homem adulto (CL)
Participante: mulher adulta (PTE)
Operadora: mulher adulta (OPA)

0001	PTE	X ((nome da empresa cliente))... bom DI::a...
0002	OPA	o::i... bom dia... por favor... o X ((nome do cliente))?
0003	PTE	do R.H. ou do fisCA::l?
0004	OPA	ah:: eu acredito
0005	PTE	[X ((nome do cliente)) do quê?
0006	OPA	[que seja o do RH...
0007	PTE	um moMENto...
0008	OPA	briga::da...
0009	CL	recrutamento e seleção... X ((nome do cliente))...
0010	OPA	oi X ((nome do cliente))... bom dia... tudo BEm?
0011	CL	tudo ó::timo e você:::?
0012	OPA	perfeito... muito obriga::da X ((nome do cliente))... éh::: o meu nome é X
0013		((nome da operadora))... eu sou consultora educacional da X ((nome da
0014		empresa))... X ((nome do cliente))... éh::: na segunda-fe::ira... eu fiz pra
0015		você um envio de proPOSta... de parceria... aí pro pessoal da X ((nome
0016		da empresa cliente))... aí eu queria verificar se você conseGUI::u receber
0017		o e-mail certi::nho... se você conseguiu avaliAr o e-mail...
0018	CL	éh... nessa seGUNda?
0019	OPA	I::sso... foi aGOra no dia trin::ta...
0020	CL	tá...
0021	OPA	TÁ::... eu mandei:: até... óh... eu vou confirmar pra você o e-mail que eu
0022		mandei... foi no X@X.X.X... esse que é o seu e-mail MESmo?
0023	CL	sim::
0024	OPA	MAravilha...
0025	CL	deixa eu só verificar aqui... éh:::... você me passa o nome da emPREsa?
0026	OPA	éh::: deve tá como X... com X... ponto X@X.X.X... e o assunto pode ser
0027		que seja como X ((nome da empresa)) proposta comerciAL::...
0028	CL	ok... ((barulho de teclas ao fundo)) ((20’’))
0029	OPA	conseguiu localiZA::r?
0030	CL	X ((nome da operadora))... não... com as informações que você passou
0031		não::...
0032	OPA	não entendi...
0033	CL	não... com as informações que você passou não...
0034	OPA	X com X... ((explicação sobre grafia do nome))
0035	CL	X... X? X ponto X? ((verificação de e-mail))
0036	OPA	não X ponto X... X com X... ponto X... ((nova explicação sobre a grafia do
0037		nome))... deixa eu SÓ confirMAR aqui::...
0038	CL	[você
0039	OPA	ahn::... pode faLAr...
0040	CL	você não quer me encaminhar novaMENte?
0041	OPA	i::sso... eu vou fa/ eu vou fazer isso então pra você::... éh::... SÓ DÁ uma

0042		olhadinha X ((nome do cliente))... por gentileza lá na caixa de SPAM...
0043		que às vezes... como é::... proPOS::ta... né? às vezes pode entender que
0044		é propaGANda e pode ter encaminhado pro seu SPAM...
0045	CL	éh:: eu tô até olhando aqui... ((3’)) é... também não está... faz ass/ se
0046		você puder enviar novamente... eu agradeço...
0047	OPA	tudo be::m... eu vo::u pedir então pra ela reenviA::r... tá? e aí ho::je... qual
0048		que é o melhor horário pra eu conseguir FAlar com você::?
0049	CL	ah você me encaminhando... pode ser amanhã pela manhã::... é que... é
0050		que é assim X ((nome da operadora))... deixa eu só adianTAr... é que::...
0051		a nossa empresa... ela tá passando por uma reestruturaçã::o...
0052	OPA	aham
0053	CL	[e aí:::... questões sobre:: educação corporaTI::va... ahn:: a gente tem
0054		uma orientação pra::... falar isso só no ano que VE::M... então eu vou
0055		avaliar o materiAl... mas eu não vou:: te conseguir... te posicionar sobre
0056		uma possível parceria aGO::ra... aí...
0057	OPA	[ahn...
0058	CL	[só lá a partir do mês de mar:::ço... abril...
0059	OPA	entendi...
0060	CL	é... devido a essa questão da reestruturação...
0061	OPA	mas Isso...
0062	CL	[se você quiser me dar um reTORno?
0063	OPA	aham... CLAro... eu vo::u... te passar então a proPOSta... mas aí nessa
0064		questão de reestruturação que você FAla... seria por questões
0065		finance::iras... ou seria por...
0066	CL	[sim p/
0067	OPA	pode falar...
0068	CL	questões fi/ financeiras mesmo...
0069	OPA	É porque até nesse <u>e-mail</u> que eu vou te paSSAr X ((nome do cliente))...
0070		lá você vai ver que tem VÁ::rios tipos de parceRI::as... tanto que a
0071		primeira opção de parceri::a... seria um/ uma parceria por conVÊ::nio...
0072		aonde vocês da X ((nome da empresa cliente))... não precisarão investir
0073		qualquer valor finance::iro... tá... no proJE::to... porque funcionaria
0074		através... como se fosse uma indicaçã::o... e aí todos os colaboradores de
0075		vocês... éh::... tendo o interesse em fazer o CURso... eles teriam um
0076		suPORte dire::to aqui com nosso <u>call CENter</u> e com nosso <u>SI::te</u>... e teria
0077		mais de sessenta e quatro por cento de desconto em relaÇÃo ao valor de
0078		merCAdo... né::... até mesmo porque... o curso <u>on-line</u> do X
0079	CL	[ah é? seria uma
0080		parceria... então...
0081	OPA	I::sso... exatamen::te...
0082	CL	uhum...
0083	OPA	entendeu? por isso que a proposta é bem leGAl porque a nossa intenção
0084		é jus::tamente democratiZAr... ÓH... só pra você ter mais ou menos uma
0085		iDEia de um curso que tá saindo aí mil e setecentos... mil oitocentos... no
0086		merCA::do... TÁ::? a gente tá disponibilizando com sessenta e quatro por
0087		CENto e ainda... com uma FORma de pagamento aí bem vantajosa pros
0088		colaboradores então isso que é bacana e vocês também
0089	CL	[aham
0090	OPA	[não precisam...
0091		meXER:: NÉ::... nessa questão financeira
0092	CL	[entendi...
0093	OPA	[pra poder investir...
0094	CL	ah:: ótimo... BOM... então vamos fazer o seguinte X ((nome incorreto da
0095		operadora))... eu... olho o <u>e-MAIl</u>... aí eu te reTORno... eu vou avaliAr
0096		junto com o meu gesTOr...

0097 OPA uhum:::...
0098 CL aí eu te dou um retorno por LÁ:::... e depois a/ a gente marca uma outra
0099 conversa por telefo::ne...
0100 OPA TÁ...
0101 CL [pode ser?
0102 OPA aGO::ra... éh você tá falando com a X ((nome da operadora))... tá?
0103 ((risos))... eu e a
0104 CL [ah tá... peço desculpas
0105 OPA [X ((nome de outra operadora))... magina... eu e a X
0106 ((nome de outra operadora))... a gente trabalha em parceria... então ela
0107 cuida
0108 CL [ah entendi...
0109 OPA [dessa parte do marketing... e aí eu vou pedir pra ela te
0110 encamiNHAR o e-MAIl novamente... tudo BE::m?
0111 CL_3 ah:: entendi... tudo bem::... então...
0112 OPA [mas olha X ((nome do cliente))... foi um prazer
0113 eNORme falar com você... eu tenho certeza que vocês vão aprovar a
0114 parceria porque é benefício pra ambas as partes... TÁ::? aÍ:: qualquer
0115 dúvida é só você me retornar por e-MAIl... tá BOm?
0116 CL então fica combinado... obrigado X ((nome da operadora))...
0117 OPA obrigado você... X... ((nome do cliente))... tchau tcha::u...
0118 CL [tchau tchau...

Diálogo 02
Duração: 5’33’’
Cliente: mulher adulta (CLE)
Operador: homem adulto (OP)

0119 CLE alô::?
0120 OP oi... por gentileza... a:::... X ((nome da cliente))?
0121 CLE quem TÁ falando?
0122 OP eu sou::: o X ((nome do operador))... consultor acadêmico da:: X ((nome
0123 da empresa))... é com a X ((nome da cliente)).. que FA::lo?
0124 CLE SIm...
0125 OP tudo bem contigo... X ((nome da cliente))?
0126 CLE tu::do...
0127 OP que ótimo X ((nome da cliente))... eu tô ligando pra você::... referente ao
0128 caDAStro que você fez na InterNEt para receber informações do nosso
0129 curso de inGLÊs... e aí você já achou alguma esCO::la? já tá estudando
0130 inGLÊs? como é que TÁ::?
0131 CLE nã::o... ainda nã::o...
0132 OP não achou aINda? então X ((nome da cliente))... porque nós estamos
0133 disponibilizando pra você hoje o nosso curso de inglê::s... ele é um curso
0134 E.A.D. né? ensino à longa distância... onde você vai ter acesso a uma
0135 plataforma vinte e quatro horas por di::a... os sete dias da sema::na... né
0136 X ((nome da cliente))... e:::... o baCA::na... é o QUÊ? que::: você vai ter
0137 do nível BÁsico até o pré-avanÇAdo... onde no nível pré-avanÇAdo... X
0138 ((nome da cliente))... é o nível já de proficiência PUra... né::? é o nível de
0139 conversaÇÃ::o... leiTU::ra... esCRI::ta... ou seja... quando você chegar
0140 nesse nível X ((nome da cliente))... é certeza que você vai estar len::do...
0141 conversan::do... e também... escreven::do inglês... né? e::: o melhor de
0142 tudo X ((nome da cliente))... é que esse curso ele tem a duração apenas
0143 de doze me::ses... né::? e:::: ele tem a parceria com o cert/ com o

consuLAdo america::no X ((nome da cliente))... ou se::ja... você vai receber um certifiCA::do que tem o selo de aprovaÇÃ::o de qualiDAde do PRÓprio consuLAdo... olha que beleza... aí X ((nome da cliente))... você tá pegando HOje uma condição imperDÍ::vel e excluSI::va... éh... quarenta e dois por cento de desCONto... o que lhe traz uma economia de setecentos e vinte reAIs no A::no X ((nome da cliente))... aí você vai investir apenas setenta e nove reais e noventa centavos menSAl... que pode ser pago tanto na bandeira X quanto na bandeira X do seu cartã::o... e aí? qual bandeira de cartão você traBAlha X ((nome da cliente))?

CLE eu trabalho da X ((bandeira de cartão de crédito))...

OP com a X? aí realizando o seu cadastro

CLE [é::

OP [aGOra X ((nome da cliente))... o prazo máximo pra você ter acesso aí à plataFORma... é de até vinte e QUAtro HOras... aí QUAl o seu nome comPLEto X ((nome da cliente))... pra gente já começar o seu caDAStro e já liberar o cur::so?

CLE NÃ:::o éh:::: eu não vou fazer agora nã::o...

OP e o que lhe imPE::de X ((nome da cliente))... de começar já a aprender aGO::ra... fiCA::r... ma/ éh... melhor colocada no mercado de traBA::lho... receber a economia de setecentos e vinte reA::is que você tá recebendo aqui da GENte... quarenta e dois por cento de desCON::to... o que que lhe imPEde?

CLE Ah NÃ::o... agora eu não vou mais ter como estudar não...

OP E o que lhe imPE:::de X ((nome da cliente))? aproveita o moMEN::to... o momento é E::sse... um novo ano chegan::do... um novo ci::clo... uma X ((nome da cliente)) estuDA::da... melhor qualificada pro mercado de traBA::lho... uma X ((nome da cliente)) que vai receber um salário meLHOr porque tem inGLÊ::s... ou seja... X ((nome da cliente))... o que eu tô lhe disponibiliZAN::do... é SÓ alegria pra sua VI::da... né::? você vai saber um novo idiO::ma... vai ficar melhor qualificada pro mercado de traBA::lho... possivelmente você vai tá num outro emprego que lhe PAgue muito meLHOr... ou seja X ((nome da cliente))... tudo isso é só melhoRI::a... e o que tá lhe impedindo aGOra de fazer o CUR::so?

CLE ahn não... não vou fazer aGOra não...

OP MAs o que lhe imPE::de X ((nome da cliente))? é TEM::po? é diNHEI::ro? o que que É::?

CLE NÃO... é porque... eu não quero fazer agora mesmo NÃo...

OP cê não quer fazer aGO::ra X ((nome da cliente))... tem tanta coisa também que eu não gostaria de faZEr... mas e/ eu FAço pra pra ter uma vida meLHOr::... né:::? então porque você não aproveita X ((nome da cliente))? aGOra que você tá recebendo setecentos e vinte reAis de desCON::to... não DEixa pra amanhã o que você pode fazer ho::je... X ((nome da cliente))? é a mesma coisa que você ganhar um milhão de reAis na Mega-SEna e faLAr... “eu não vou pegar esse um milhão de reais NÃ::o”... é o que eu tô disponibilizando aqui pra voCÊ:: X ((nome da cliente))... conheciMEN::to... culTU::ra... a possibilidade de você receber um saLÁrio meLHOr... ganhar diNHE::iro... é isso que eu tô disponibilizando X ((nome da cliente))... então vamos fazer já esse cadastro aGO::ra... dentro de vinte e quatro horas você já começa o CUR::so... você já vê a qualiDAde... já muda o seu currículo aí pra cursando inGLÊ::s... e já vai ter um futuro meLHOr X ((nome da cliente))... qual é teu nome comPLE::to?

CLE NÃ::o... eu não vou fazer agora não...

OP não vai fazer agora... mas por QUÊ::... X ((nome da cliente))?

CLE nã::O... porque eu vou deixar pra dePO::is... eu não vou fazer agora

NÃ::o...
OP mas por QUE deixar pra dePOis o que podemos fazer HOje X ((nome da cliente))? aí eu te perGUN::to... qual a diferença... ahn de deiXAr pra amaNHÃ o que você pode fazer HOje? vai alterar alguma COisa? a única coisa que vai alteRAr é o cê me responDEr... se você faz amaNHÃ::... você não vai ter o conhecimento que você já vai tá obtendo HO::je... ou seja... no HO::je seu retorno é muito maior do que amaNHÃ::... porque amanhã você vai tá comeÇAno... HO::je... você começando HO::je... amanhã você já vai tá termiNAno... pra que você vai deixar pra amanhã o que você pode fazer HO::je? enquanto você vai tá pensando em fazer o BOlo amaNHÃ::... hoje você já fez... já assou... já formou... já vendeu... entenDE::u X ((nome da cliente)) ? E::sse é o pensaMEN::to... não deixa nada pra amaNHÃ:: NÃ::o... esse negócio de amanhã nunca DÁ certo... ainda deixando pra amanhã... só fica/ só acaba não desenroLANdo... faz no aGO::ra... cê tá viva no aGO::ra... não é verDAde X ((nome da cliente))...
CLE [ah:: tá... agora eu não vou fazer não...
OP então tá BOM X ((nome da cliente))...
CLE [tá difícil pra mim...
OP perfeito... muito obrIGAdo... tenha um/ uma boa TAR::de... tchau TCHA::u...
CLE brigado você::... tcha::u...

Diálogo 03
Duração: 8'
Cliente: mulher adulta (CLE)
Operadora: mulher adulta (OPA)

CLE alô?
OPA boa TARde... eu gostaria de falar com a X ((nome da cliente))?
CLE é ela...
OPA X ((nome da cliente))... meu nome é X ((nome da operadora)) eu falo aqui da X ((nome da empresa))... tudo BEM::?
CLE tudo bem...
OPA que bom X ((nome da cliente))... éh:::... eu tô entrando em contato com voCÊ:: referente a um curso de inglês aqui da ((nome da empresa)) que você demonstrou ter intere::sse... e aí eu gostaria de saber se você já começou a fazer o seu curso de inglês...
CLE não... não...
OPA não começou aINda?
CLE não... ainda não...
OPA ah entendi... e hoje você busca o inglês pra qual Á::rea X ((nome da cliente))? a sua área pessoAL ou profissionAL?
CLE pra::... pessoAL mesmo...
OPA ahn:: certo... pra fazer uma viAgem pra FO::ra... né::? você já chegou a fazer curso de inglês anteriorMENte?
CLE não...
OPA hum... entendi...
CLE primeira vez...
OPA certo... e hoje você traBA::lha... faz alguma faculDA::de?
CLE não... não faço...
OPA tá::... eu vou explicar então pra você como funciona HOje... o curso de inglês aqui da X ((nome da empresa))... TÁ::? esse curso aqui X ((nome

da cliente))... éh:::... ele tem a duração de doze me::ses... o nível que você vai aprender é do básico até o pré-avançado... é um curso que é cem por cento on-LIne... tá? você fica aí... éh:: você tem a total liberdade de fazer ele o horário que você quiSER::... o que se enquadrar na sua... na sua grade de hoRÁrio... tá? e:::... o único investimento que você tem HOje com o curso... é somente o valor da mensaliDAde... você fica isenta de taxa de matrícula... aquela taxa de materiAL::... somente investe no valor da mensalidade... pra você tá... éh:::... pra você fazer esse curso hoje aqui... conosco da X ((nome da empresa))... TÁ::? e aí você tem um professor brasileiro das sete da manhã às vinte e três pra te auxiliAr... o curso ele é todo interaTIvo... tem laboratório de graMÁtica... o laboratório de pronúncia... onde você vai aprender a falar o inglês... né? e aí você vai vivenciar dentro do curso coisas básicas do dia-a-dia mesmo... tipo como se::... portar numa entreVIS::ta... ou como você vai... pedir uma comida em um restauRAN::te... fazer um check-in::... no aeroporto... coisas mesmo pra quem quer usar o::: inglês no dia-a-dia... TÁ? e HO::je... esse valor de mensaliDAde... sai no valor de setenta e nove... e noventa por MÊs... é o único investimento que você FA::z... pra fazer o curso aqui on-line conosco da X ((nome da empresa))... tá::? HO::je X ((nome da cliente))... você costuma utilizar qual bandeira de cartão de crédito... a X ou a X ((bandeiras de cartão de crédito))?

CLE nem um dos dois... a X ((bandeira de cartão de crédito))...

OPA a X ((bandeira de cartão de crédito))... certo... então... esse investimento de mensaliDAde... ele fica dis/ éh:::... ele fica... sendo desconTAdo... na sua próxima fatura... no próximo mês... né... hoje é dia prime::iro... aí você fazendo a matrícula... ele só... só vai ser descontado na sua próxima fatu::ra... e aí referente à taxa de matrícula e materiAL... você fica isenta... e já começa a fazer o CURso... TÁ? cê ficou com alguma dúvida até aQUI::... X ((nome da cliente)) ?

CLE não não... éh::... é que:::... eu tô mais procurando o presencial mesmo... eu tenho dificulDAde de::... ahn:::... on-LIne né... então... eu tô procurando mais::... a preferência é mais pro:: presencial... então:: vai ficar meio difícil pra mim...

OPA você já estudou on-LIne? an/ éh:: anteriorMENte? já fez algum curso on-LIne... X ((nome da cliente))?

CLE sim... uma vez...

OPA e qual que foi a sua experiência no curso on-LIne?

CLE nada boa... eu não::: consegui me adequar aos hoRÁ::rios... e nem eles adequar aos MEU::s... então acabou:::... acabou... a gente acabou se desenconTRAN::do... não deu certo... não aprendi NAda e só gastei dinheiro...

OPA então... só que aqui é diferente... NÉ::? como eu falei pra você... o sistema de ensino... não é:: você que vai se adaptar ao curso do horário... é o curso que vai se adaptar ao seu hoRÁrio... e outra... só de você ir prum curso presenciAL... éh:: pegar... perder tempo com ô::nibus... éh::: ou... o meio de transporte que você vai pegar pra ir até o cur::so... já É o dinheiro que você vai tá investindo no no... nessa mensalidade do cur::so... entendeu... porque se for um curso presenciAL todos os DIas... você vai gastar muito mais do que setenta e nove e noventa durante o mê::s... só no valor de ida e volta no ô::nibus... ou o carro que você sair ou um Uber... o seu meio de transPORte... entendeu? e aí... toma seu tempo também... se você não puder comparecer às aulas... você vai ter que repor Aulas... e esse daqui não... o diferente é que é assim... você vai ter um professor brasileiro... ele vai te auxiliar das sete da manhã às vinte e três horas... em qualquer momento que você enTRAr... éh:: dentro

dessa grade de horário no cur::so... tem/ as aulas são de hora em HOra... você pode fazer o curso o dia e o horário que você quiSEr... pode fazer somente uma vez por semana... já é o suficiente... entendeu... então você vai ter muito mais benefício do que um curso presenciAl... e aí... o que que vai acontecer? cê faz a sua matrícula... paga a sua matrícula... paga a mensalidade que é... em torno de duZENtos a trezentos reAis... e acaba fazendo uma semana de CURso e depois você vai ver que não vai conseguir terminar o curso... aí acaba can/ éh::: trancando a sua maTRÍcula... entenDEu? pra que isso não aconTEça... tem esse curso aqui que é mais voltado pra brasile::iros... éh:: éh voltado pra pessoas que têm o dia-a-dia coRRIdo... não tem tempo pra estuDAr na verdade... NÉ? e aí você pode::: entrar no curso... o o DIa e o horário que você quiSEr... quem vai ter o seu desempenho é você mes::mo... e o professor... o legal é que o professor... ele vai ficar só pra você... não é um professor pra uma turma de vinte... trinta pessoas... entendeu? então compensa basTANte você... pensar em fazer o curso on-line... talvez possa ser que o QUE você fe::z... você não se adaptou... como você faLOu... pelo hoRÁrio... que o seu horário não batia com o horário do curso on-LIne... mas esse aqui::... ele tem LIvre acesso a qualquer momento... e horário do dia... independente se for semana ou final de semana... entenDEu?

CLE entendi...

OPA e aÍ... você vai ter total liberdade pra estuDAr... e::: se você quiSEr::... éh e se você quiser X ((nome da cliente))... você conta também com uma apostila de apoio dentro desse curso aqui::... né... que você pode baiXAr essa apostila... salvar em PDF no seu celuLAr... no seu TAblet... ou no seu computador... notebook... você pode até aceSSAr ele do seu traBAlho... e aÍ se você tiver voltando pra casa no Ônibus... você pode dar uma li::da... na na aposti::la... entendeu... então... com esse curso aqui... você não tem tempo pra... ruim pra estuDAr... você vai estudar de qualquer FOrma... ou tano no ônibus... ou tano na sua CAsa... ou estando no traBA::lho... ou se você for viajar... entendeu... é um curso que ele VAi te acompanhar a todo momento... então::... compensa você fazer... e além disso você fazendo a matrícula... começano a estudar... descontano do seu X ((bandeira de cartão))... eu consigo liberar pra você::... um voucher de desconto de trezentos reAis... que é pra você escolher qualquer curso... on-line que você queira fazer... pode ser um outro idio::ma... éh:: uma especialização em alguma faculdade que você fez::... um curso na área da saú::de... engenhari::a... administração... então ao invés de você fazer somente esse... você pode fazer dois cursos pelo valor de um... investino com:: oitocentos reais de desconto aí... no valor da men/ da::: do valor total do CURso... né? então é bem intereSSANte... o que você Acha?

CLE olha... é muito interessante mesmo... só que:: só que:: eu não tô::: mais naquela:::... porque faz um tempinho já né... que e::u... me inscrevi e tudo MA::is... eu tava interessada... mas eu... queria mais... né? e eu tô viaJANdo... e tudo mais... então vai ficar meio... vai ficar meio difícil pra dar::: a resposta agora na LAta assim... eu preciso falar com meu marido e tudo... entendeu? teria como me liGAr na semana que vem?

OPA sim... eu posso te liGAr na segunda-FEira... você só tem esse telefone de conTAto? tem algum outro?

CLE não ((risos)) só esse mesmo ((risos))...

OPA TÁ... você vai usar o inglês mesmo pra:::... pro seu dia-a-dia... né? que você falou...

CLE eu vou pensar bem:: tá:: porque aGOra... eu dando a resposta na LAta...

0356		não... não adianta muito... eu tô viajan::do e acaba:: então... na semana
0357		que vem:: eu já vou tá em CA::sa... e já vou con/já posso ver melhor...
0358	OPA	TÁ bom então... na segunda eu entro em contato com você... TÁ bom X
0359		((nome da cliente)) ? muito obrigada TÁ::?
0360	CLE	eu que agradeço...
0361	OPA	briGAda... tchau...
0362	CLE	tchau...

Diálogo 04
Duração: 5'31''
Cliente: mulher jovem (CLE)
Participante: mulher adulta (PTE)
Operadora: mulher adulta (OPA)

0363	PTE	alô? aLÔ?
0364	OPA	boa TARde... eu gostaria de falar com a X ((nome da cliente))?
0365	PTE	quem gostaRI::a?
0366	OPA	meu nome é X ((nome da operadora))... eu falo aqui da::: da X ((nome da
0367		empresa))...
0368	PTE	um momento...
0369	OPA	briGAda...
0370	CLE	alô?
0371	OPA	X ((nome da cliente))?
0372	CLE	O::i...
0373	OPA	meu nome é X ((nome da operadora))... eu falo aqui da X ((nome da
0374		empresa)) tudo BEm?
0375	CLE	tudo...
0376	OPA	eu tô entrando em contato com você pra falar referente a um curso de
0377		inGLÊs... aqui da X ((nome da empresa)) e aí eu gostaria de saber se
0378		você já começou fazer o cur::so...
0379	CLE	curso de inglês da X ((nome da empresa))?
0380	OPA	I::sso...
0381	CLE	eu não tô saBENdo disso... moça...
0382	OPA	eu tô perguntano se você já começou fazer algum curso de inGLÊs...
0383	CLE	AH não... ainda não...
0384	OPA	mas aí você vai usar o inglês pra qual Área? área pessoAL ou
0385		profissional?
0386	CLE	os dois...
0387	OPA	cê:: chegou a pesquisar cursos... NÉ::?
0388	CLE	I::sso...
0389	OPA	entendi... enTÃO... aí devido essa pesquisa que você fez na InterNEt... eu
0390		tô entrano em conTAto pra:: falar com você referente às condições do
0391		nosso curso de inglês aqui da X ((nome da empresa))... você já ouviu
0392		faLAr?
0393	CLE	NÃo... não ouvi falar não...
0394	OPA	tendi... hoje você traBAlha... faz alguma faculDA::de?
0395	CLE	eu faço faculDAde...
0396	OPA	certo... enTÃO... eu vou explicar pra você como funciona o curso tá X
0397		((nome da cliente))?
0398	CLE	sim...
0399	OPA	tá::... é um curso que é:: de longa distância... é E.A.D. tá? cem por cento
0400		on-LIne... o nível que você aprende é do BÁsico até o pré-avanÇA::do
0401		que::: no pré avançado tem leitura escrita e a conversaçã::o... e:: o curso

ele não tem nenhum limite de aCEsso... cê pode acessar ele o dia e horário que você quiser... TÁ? éh:::... tem o laboratório de graMÁ::tica... laboratório de proNÚN::cia... um professor das sete da manhã... até às vinte e três HO::ras... éh:: as aulas são de hora em hora pra você entrar com... temas diferenciAdos... TÁ? e hoje o único investimento que você faz X ((nome da cliente)) é somente o valor da mensaliDAde... tá no valor de:: setenta e nove e noventa... éh:: você fica isenta de taxa de materiAL... taxa de men/ éh:: de::: matrícula... NÉ? e só faz o investimento mesmo no valor da mensaliDAde... e aí você fazeno a sua matrícula agora você começa a estudar dentro de até vinte e quatro HOras... TÁ::?

CLE AH:: entendi... e:::: qual a duração de cada MÓdulo?

OPA então essa/ isso daí vai depender da su/ do:: do seu desempenho dentro do CURso... porque assim... como ele é on-LIne... a gente indica o aluno estudar somente uma vez por seMAna... é que tem gente que traBAlha e faz a faculDAde... aí só pode... estudar uma vez por semana... SE voCÊ::... quiSEr adianTAr o CURso... você pode estudar ma::is... do que um dia por semana... né::? aí você termina o curso antes dos doze meses... que é a duração dele toTAL... e aí (...)

CLE [doze meses?

OPA I::sso... aí você estudano somente de:::... uma vez por seMA::na... você conclui ele den/ dentro dos doze meses que é o valor pro/ éh o:: o tempo programado... TÁ::?

CLE Ah:: entendi... enTÃo... no CAso... não teria como eu te dar uma resPOSta porque eu tenho que converSAr com meu responsável finanCEIro... mas como o curso é E.A.D.... é complicado para mim porque eu não tenho facilidade de entender... éh:::... por ensino à distância... eu prefiro o presenciA::l...

OPA mas você já estudou alguma vez on-LIne?

CLE enTÃo... eu tenho algumas matérias on-line na faculDA::de... e::: pra mim é PÉ::ssimo... eu prefiro mil vezes o presenciAl que::... é muito mais fácil pra mim...

OPA hum:::... entendi... é porque é assim... o curso ele é TOdo interaTIvo... éh:::.. você que vai fazer o seu desemPEnho né::? e aí::...

CLE [aham

OPA [você... você que vai t/ ter o seu desemPEnho... dependeno de você MESmo... NÉ::?

CLE uhum...

OPA e aí tem um professor só pra você... não precisa pegar Ônibus... éh:: é mais comodidade né? pra você estudar onde você quiSEr... qualquer lugar... o curso ele vai te acompanhar a todo momento...

CLE e esse curso tem certifiCA::do?

OPA si::m... tem certifiCAdo... ele... é reconhecido pelo CONsulado americano... que é um diferencial que a X ((nome da empresa)) tem hoje... né::? ele é reconhecido em outro país... e::: no seu certificado vai conter toda a carga horária e os módulos que você fez... que é o BÁsico um... básico dois e três... o:: intermediÁrio um e dois... e o upper que já é::... escrita leitura e conversaçã::o...

CLE Ah entendi... e vocês garantem fluÊNcia em um Ano?

OPA O:::i ?

CLE e vocês garantem fluência MESmo em um A::no?

OPA enTÃo... o/ Esse... esse curso aqui:: é:: do básico até o pré-avanÇAdo... você vai sair do curso... falando mesmo... mas não aquela coisa fluENte... entendeu? você vai tá preparada pra:: pra só... ter um adicional do inglês que é o fluENte... só Isso... mas aí você vai saber toda a parte de

graMÁtica... vai sabe::r éh e:::: e vai sabe:::r falar o inglês já... mas não... conversar o fluente... e:: o::: legal é que é assim... as aulas que você vai fazer on-LIne... fala sobre o dia-a-dia... tudo o que a pessoa faz no dia-a-DIa... faze::r check-in no:: restauran/ ah no::: aeroporto... pedir uma comida em restaurante... saber chamar um TÁxi... se portar numa entrevista de emprego... que precisa de falar... falar inGLÊs... né::? éh coisas vivenc/ que você vivencia no dia-a-dia... que você vai... estuDAr... entenDEu?

CLE hum:: si::m... éh:::... mas enTÃo... no CAso... eu vou ter que aguarDAr... pra falar com o meu responsável financeiro e passar essa proposta pra E::le... ele só chega... por volta das oito e meia da NOite... então eu teria que conversar com ele...

OPA TÁ... aí cê conversa com ele esse final de semana... na segunda-feira eu retorno pra falar com você... tá BOm?

CLE tá ok::...

OPA brigado tá X ((nome da cliente))... tenha uma boa TARde...

CLE igualmente

OPA tcha::u

Diálogo 05
Duração: 7’09’’
Cliente: mulher adulta (CLE)
Operadora: mulher adulta (OPA)

CLE aLÔ::?

OPA alô boa tarde... por gentileza... X ((nome da cliente))?

CLE sou eu MESmo...

OPA X ((nome da cliente)) meu nome é X ((nome da operadora))... eu sou consultora acadêmica da X ((nome da empresa))... tudo BEm?

CLE tudo BE::m...

OPA que bom...

CLE pode faLAr...

OPA [X ((nome da cliente)) eu tô entrando

CLE [hum...

OPA [em contato porque você foi contemplada com um cupom de descon::to... pra poder fazer o curso de inglês com o X ((nome da empresa))... atualmente

CLE [áh...

OPA [você faz algum CURso?

CLE ainda não... eu tava pesquisano uns PRE::ços...

OPA ah:: sei::...

CLE [só que ainda não comecei fazer nenhum...

OPA no caso... cê tava fazeno a pesquisa no de inglês mesmo... NÉ?

CLE de inglês mesmo... uhum...

OPA cer::to... eu vou explicar pra você como que funciona... e referente a::: às condições que você foi contemplada... certo?

CLE tá certo...

OPA [aí qualquer dúvida você pode tá me interromPENdo... o curso de inglês

CLE [uhum...

OPA [do X ((nome da empresa))... X ((nome da cliente))... ele é um curso em E.A.D.... então ele é à distância... ele é totalmente on-line... tá::?

CLE a::h...
OPA [ele tem duração
CLE [aham
OPA [de doze meses... aonde ele vai desde o nível bá::sico ao nível pré-avanÇAdo... que aonde você sai falando em inGLÊs... com seis meses
CLE [aham...
OPA [de curso X ((nome da cliente))... você já pode solicitar uma declaraÇÃo... pra você apresenTAr no traBA::lho... ou até mesmo incluindo
CLE [HU::m...
OPA [no seu cuRRÍculo e ter um aumento de sessenta e um por cento no seu saLÁ::rio...
CLE uhum:::...
OPA [e com doze meses você recebe o certificado fiNA::l... no certificado vai ter carga hoRÁ::ria... nome e módulos que você conclulu... e ele tem uma parceria com o consulado america::no... então ele tem uma ótima aceitação no mercado de trabalho e um ótimo reconheciMENto... tá::?
CLE [ah sim... uhum...
OPA [devido você ter sido contemplada com um voucher de desconto de oitocentos reAis... o seu investimento fica sendo de apenas... setenta e três reAis e vinte e três centavos mensa::is... debitado da sua fatura
CLE [hum...
OPA [de cartão de CRÉdito... tá::?
CLE AH si::m... uHUm...
OPA aí eu fazendo o cadastro
CLE [e::
OPA [com você::... em questão de vinte e quatro horas você recebe login e senha pra você iniciar o cur::so...
CLE e::: são quantas é... setenta e TRÊs e vinte e três menSA::is... durante quanto TEMpo?
OPA doze meses... o período do curso...
CLE [doze meses MESmo?
OPA I::sso...
CLE [ah tá bom...
OPA [que é o período do curso...
CLE [uhum...
OPA tá::?
CLE entendi...
OPA [ho::je
CLE [uhum::...
OPA [X ((nome da cliente))... você trabalha com qual cartão de crédito?
CLE traBAlho com X... X... e X... ((bandeiras de cartão de crédito))...
OPA CERto... aí eu vou fazer o cadastro com você pra poder liberar login e senha pra você... já iniciar o cur::so... CERto?
CLE AH entendi... cer::to… só que tem como eu fazer esse cadastro com você um pouqui::nho depois porque eu tô em horário de traBA::lho... vai ficar um pouco compliCAdo de eu poder tá te paSSANdo os DAdos todos...
OPA entendi mas assim... X ((nome da cliente)) eu não vou levar MAis que cinco minutos pra fazer esse caDAstro... e como esse:: cupom de desCONto... ele só tem validade pro dia de HO::je... entenDEu?
CLE ah::: sim... aí você vai precisar de alguns NÚ::meros de docuMENto

0559		acredito eu... né? eu tô sem neNHUm aGOra...
0560	OPA	[no caso eu preciso só do seu e-mail... C.P.F.... e:: o
0561		número do carTÃo... tem como você pegar rapidinho?
0562	CLE	[ah enTÃo eu tô sem o cartão aqui comigo... tá em CA::sa... eu tô no no
0563		traBA::lho...
0564	OPA	entendi...
0565	CLE	[não tá aqui comigo...
0566	OPA	cê pode ligar na sua residência e pedir para alguém tirar FO::to?
0567	CLE	[ainda consigo te passar ainda ho/
0568	OPA	pedir pra tirar foto
0569	CLE	[não tem como... ((risos))
0570	OPA	[e aí eu te retorno...
0571	CLE	não o/ aGOra não tem como... seria SÓ:: depois das seis HOras da
0572		TARde... eu conseguia te passar...
0573	OPA	entendi... não... ninGUÉM tá em casa agora... pra tiRAr a foto... mandar
0574		pra você pelo WHA::ts e você:: e eu retornava o contato
0575	CLE	[a minha sogra tá... mas nã/... a minha
0576		sogra tá em casa... mas não tem como eu tá fazendo tudo isso porque eu
0577		trabalho em LOja... tá bem movimenTAdo hoje... SAbe?
0578	OPA	[ah::... entendi...
0579	CLE	[agora eu consegui subir
0580		no dePÓsito por sorte que você me ligou... tá?
0581	OPA	entendi... mas o seu horário de almoço
0582	CLE	[mas tá bem movimentado hoje...
0583	OPA	[é em qual horário ?
0584	CLE	das onze ao meio-dia... já foi também... ((risos))
0585	OPA	já foi? hum:::...
0586	CLE	[já foi...
0587	OPA	entendi... eu posso fazer o cadastro com você::: rapidi::nho... ô X ((nome
0588		da cliente))... só pra garantir a sua VA::ga... eu retorno o contato pra você
0589	CLE	[tá...
0590	OPA	[na segunda-feira só pra pegar o número do cartão... tá BOm?
0591	CLE	AH então pode SEr... uhum...
0592	OPA	[qual que é o seu e-mail ?
0593	CLE	é X de X... X com X só... de X@X ponto X ((e-mail da cliente))...
0594	OPA	é X?
0595	CLE	é... X e X...
0596	OPA	ah tá... X e X...
0597	CLE	[X-X-X... i::sso...
0598	OPA	isso... e X...
0599	CLE	i::sso...
0600	OPA	sim...
0601	CLE	isso... @X ponto X...
0602	OPA	X ponto X... cer::to... X de X ((nome e sobrenome da cliente))
0603	CLE	i::sso...
0604	OPA	qual seu C.P.F.?
0605	CLE	é X...
0606	OPA	sua data de nasciMENto?
0607	CLE	X...
0608	OPA	sim... telefone residencial pra conta::to...
0609	CLE	X...
0610	OPA	o celular é D.D.D. X... X... cer::to?
0611	CLE	isso... certinho...
0612	OPA	[qual que é o C.E.P. da resiDÊNcia?
0613	CLE	o C.E.P. eu não me LEMbro... eu lembro o final dele... ((risos))

0614 OPA certo... qual é o endereço?
0615 CLE é::: X... rua X... número X...
0616 OPA rua X?
0617 CLE i::sso...
0618 OPA número?
0619 CLE X...
0620 OPA qual que é o bairro?
0621 CLE X...
0622 OPA X...? certo...
0623 CLE [isso...
0624 OPA X... qual que é a cidade?
0625 CLE cidade X mesmo...
0626 OPA e o estado?
0627 CLE metr/ é metropolitana X ((nome de uma cidade))... X ((nome do estado))...
0628 OPA X? certo...
0629 CLE [isso...
0630 OPA tem complemento?
0631 CLE nã::o não... é::: esse mesmo...
0632 OPA [só isso mesmo... né? certo...
0633 CLE [uhum... só...
0634 OPA o::lha... eu vou fazer assim... eu fiz já o cadastro com você pra garantir
0635 sua VA::ga... tá::? aÍ::...
0636 CLE tá ok...
0637 OPA qual o hoRÁrio que você chega na sua casa ho::je?
0638 CLE às SEis e VINte eu tô em casa JÁ...
0639 OPA ah:: sim... é que o meu hoRÁrio é até às dezeSSEte...
0640 CLE ah:: tá... hum:::... até às dezessete...
0641 OPA i::sso... seu esposo vai chegar antes de você?
0642 CLE [e::... ma/ mas você disse que na segun::da... ((2”)) nã::o... eu
0643 chego a/ antes... antes... às SEis e vinte mais ou menos mesmo...
0644 OPA certo...
0645 CLE às dezoito e vinte... no CAso... mas seg/ segunda-feira tem como eu te
0646 paSSA::r... como você falou? porque sábado não tem como... né?
0647 OPA NÃ::o... é só de segunda à sexta mes::mo... das nove às dezessete... eu
0648 vou fazer assim então... eu entro em contato com você na segunda-feira
0649 no primeiro hoRÁ::rio... às nove horas da manhã::...
0650 CLE [por favor... uhum eu já fico com o
0651 NÚmero JÁ... já TRAgo daí... o cartã::o...
0652 OPA [Ó::timo... isso... você já fica com o cartão em mã::os...
0653 TÁ::? às nove horas
0654 CLE [uhum...
0655 OPA [da manhã
0656 CLE [tá certo...
0657 OPA [eu entro em contato com você enTÃo...
0658 CLE ENtão tá bom...
0659 OPA tá::? que você tenha uma boa tarde
0660 CLE [tá ok...
0661 OPA [e um bom final de semana e até
0662 segun::da X ((nome da cliente))
0663 CLE [briGAda... pra você tamBÉm... tchau tchau ((risos))
0664 OPA [obrigada...

Diálogo 06
Duração: 9’58’’
Cliente: homem adulto (CL)
Operador: homem adulto (OP)

CL alô?
OP o::i.. boa tarde... por gentileza... X ((nome do cliente))?
CL sim... quem é?
OP eu sou o X ((nome do operador))... X ((nome do cliente))... consultor acadêmico da X ((nome da empresa)) e eu tô ligando pra você... meu rei... referente ao caDAStro que você fez na InterNEt para receber informações do curso de inGLÊ::s... e aí ? você já tá estuDAN::do... já achou alguma esCO::la? como é que TÁ... X ((nome do cliente))?
CL NÃ::o... ainda não... porque eu ainda não tive um TEM::po pra mi::m...
OP ahn não teve um tempo pra voCÊ::... meu rei?
CL não... ainda não tive... um:: TEMpo para mim ir fazer a matrícula...
OP ah::: entendi... então X ((nome do cliente))... eu vou lhe passar todas as informações sobre o nosso curso... tá BO::m?
CL aham::...
OP hoje você/ o que motivou::... a::... você a procurar o inglês X ((nome do cliente)) foi o quê? mais questão pessoAl... ou foi por questão profissional... MESmo?
CL pessoAl e profissioNAl...
OP ah:: legal... e::: X ((nome do cliente)) você JÁ cursou inglês alguma VEz? NÃo não... só na época mesmo de::: de esCOla...
CL [da esCOla mesmo né? perfeito...
OP obrigado aí
CL [I:::sso...
OP [pelas respostas... X ((nome do cliente))... o curso que nós
CL [nada...
OP [estamos lhe disponibilizando HOje... meu rei... ele é um curso E.A.D. né::? ensino à longa distância
CL [aham...
OP [ou seja... X ((nome do cliente))... você vai ter uma plataforma <u>on-line</u> de esTUdos... onde terá acesso a ela vinte e quatro horas por DI::a... os sete dias da sema::na... qualquer dia e
CL [hum...
OP [qualquer horário que você entrar na plataforma pra estuDAr X ((nome do cliente))... você vai estudar sem limitação alGU::ma... esse curso X ((nome do cliente)) ele
CL [uhum...
OP [tem a duração de doze meses... um A::no... e ele vai do nível BÁsico...
CL [uhum...
OP [até o pré-avanÇA::do... o nosso nível pré-avançado... X ((nome do cliente))... já é um nível de eficiência PUra... né::? é o nível que quando você
CL [aham...
OP [chega NE::le... é certeza que você já esTÁ LENdo... conversando... e também escreVENdo inglês... aí qual vai ser os MÓdulos de educação que você terá aqui conosco... X ((nome do cliente))? você vai ter o nível BÁ::sico... do um ao trê::s... o básico um... o

básico dois e o básico três... vai ter o nível intermediÁrio um e dois... o módulo do intermediário um... e o módulo do intermediário dois... e vai ter o upper... o upper é este nível pré-avançado que ele diz quando chega ne::le... você já tá lendo conversando e escrevendo... ele é só pra aprimorar mesmo... tudo que você já aprenDEu... aí X ((nome do cliente))

CL [entendi...

OP [você tá recebendo HO::je... uma condição be::m baCA::na... NÉ::? eu consigo disponibilizar

CL [hum...

OP [pra ti meu querido... quarenta e dois por cento de desCONto... o que lhe favorece em uma economia no A::no... de setecentos e vinte reAis X ((nome do cliente))... que você terá conosco aí no curso... aÍ:: X ((nome do cliente)) ao invés de você investir no valor reAl do cur::so... que é cento e trinta e nove reAis e noventa cenTA::vos... você vai investir apenas setenta e nove reais e noventa centavos menSA::l... que pode ser PAgo tanto na bandeira X... quanto na bandeira X do carTÃ::o... atualmente... qual bandeira de

CL [uhum...

OP [cartão você traBAlha X ((nome do cliente))?

CL X ((bandeira de cartão))...

OP X ? aí você pagando com

CL [hum...

OP [seu X ((bandeira de cartão)) X ((nome do cliente))... eu consigo lhe DISpor ainda... trezentos reais de BÔ::nus dentro da nossa plataFOrma de estudos... né? do nosso porTA::l... e no NOsso porTAl X ((nome do cliente))

CL [uhum...

OP [tem mais de mil e quinhentos CURsos... aí com esses trezentos reAis você vai poder... selecionar qualQUEr outro CURso que queira estuDAr... atualmente... QUAl é sua área profissional X ((nome do cliente))?

CL atualmente é::: geRENte... gerente de... setores...

OP geRENte de seTOres? ah:: baca::na...

CL [I::sso...

OP aí você como gerente de seTO::res... éh:::... um/ alguns cursos que seria baCA::na né? pra você::... faZE::r... o exemplo... psicologia né? você como gerente lida bastante com os funcioNÁrios... é bom entender um pouco de:: psicologi::a... as pesso::as... né::? aí ÓH... neuropsicologi::a

CL [uhum...

OP ava/ a::: avaliaçã::o neuropsicoLÓ::gica... é bacana você ter um curso DEsse... porque você conSEgue... avaliar a condição do seu funcioNÁ::rio... né::? se ele tá mediante a muito esTREsse ou não... pra você ver... se precisa realmente de um afastaMENto... dependendo da situaçã::o... e:::...

CL [uhum...

OP [tem muitas coisas relacionadas a isso... não só I::sso... entendeu? psicologia foren::se também tem...

CL [entendi...

OP você podia fazer também relacionado à parte de contabiliDA::de... se você... trabalha na parte de gerência... relacionado mais a fiNANças... né? nós temos aí cursos também... relacionado a essa parte finanCEira... enfim X ((nome do cliente))... nós temos... éh:::... N N cursos aqui né? que vai:::... éh atualiZAr o seu currículo e te deixar muito mais prepaRAdo... e

qualifiCA::do... e como você é geREN::te... você tem um MONte de Áreas que pode qualificar muito mais aí o seu cuRRÍculo... NÉ? como a psicologia... seria bacana você ter um curso desse... que é pra você entender melhor aí as pesso::as e as men::tes... né::? poderia fazer um curso voltado aí a fiNAN::ças... ou até mesmo gestão de pesso::as... e... cá entre nós... lidar com pessoas é bem diFÍcil... não é verDAde X ((nome do cliente))?

CL A::ham...

OP aí X ((nome do cliente)) eu realizando o seu caDAStro aGOra... o prazo máximo para você ter acesso à nossa plataforma de esTUdos... é de até vinte e quatro HOras... né::? eu faço o seu cada::stro... aí dentro de até vinte e quatro HOras... X ((nome do cliente))... você recebe em seu e-mail pessoA::l... o login... e a senha de acesso à plataforma... aí você acessa lá o nosso X... ((nome da plataforma))... né? a nossa plataFORma... aí você já escolhe outro curso que você tem inteREsse... e:::... começa o inglês... ou caso queira terminar o inglês pra depois escolher o outro curso não tem problema algum X ((nome do cliente))... aí realmente fica a seu criTÉ::rio... ficou alguma DÚvida... meu RE::i?

CL NÃ::o... não ficou nenhuma dúvida... a questão é... porque aGO::ra... na na loja que eu tô::... não TEnho TEMpo pra sal::r... ainda... porque::.. a equipe nã::o disponibilizou ainda deu... TÁ::... éh:: teno uma FOLga pra pelo menos estuDAr... mai::s... enfim daqui uns TRÊs a QUAtro meses já vou:::... comeÇAr...

OP entendo X ((nome do cliente))...

CL [mais aGOra aGOra não tem como...

OP NÃo... porém... meu re::i... é um curso E.A.D.... né::? você tendo acesso à InterNEt... X ((nome do cliente))... você consegue estudar em qualquer

CL [uhum...

OP [lugar que esteje... entendeu?... e::: o bacana X ((nome do cliente))... é que você vai fazer o CURso no seu TIme mesmo... né? no seu TEM::po... ou se::ja... você

CL [uhum...

OP [vai poder fazer o curso em QUALquer horário do DIa... no seu horário de alMOço... um eXEM::plo... pode:::... fazer no seus momentos de FOlga... estudar uma... duas hoRInhas... o reco/ o recomenDA::do X ((nome do cliente)) de estudo na seMA::na... é de duas a três horas na seMA::na... ou seja... num é nada muito puXAdo que vá prejudicar também... a sua condição na sua posição de traBAlho... né? você como geREN::te... precisa ter uma total atenção também... né::? eu enten::do... mas aí X ((nome do cliente))

CL [uhum...

OP [pode ficar despreocu/ o::i?

CL segue X... ((o cliente fala por rádio com uma funcionária)) só um minutinho...

OP mas aí você:: tendo o inglês X ((nome do cliente)) vai melhorar muito MAis as suas condiÇÕes... né::?

CL só um minutinho... pera aí... ((cliente fala com uma funcionária))...

OP aí vai melhorar muito a sua condição... né X ((nome do cliente)) por conta do quê? que o inglês hoje... ele é essenciAL... e você com o... já com um cuRRÍculo desse... de geRENte... tendo inGLÊs... você pode trabalhar até em uma

CL [( ) ((cliente fala no rádio))

OP [multinacioNAl...

CL tô descendo pra ir pra LOja chefe... pode pedir pra ele aguardar em frente do::... computador de tirar preço... ((cliente conversa no rádio))...
OP entendeu?
CL tá... aham...
OP aí no caso X ((nome do cliente)) como eu tava falando... você como geRENte tendo inglês consegue... aí até vagas em multinacioNAis por conta aí do inglês... que você tem né? que é essenciAl... X ((nome do cliente))... o que é bem bacana... não só em multinacionais também... caso você queira viajar pra FO::ra... ir morar em outro país... porque querendo ou não X ((nome do cliente))... cá entre nós... o Brasil já deu o que tinha que dar... não é verDAde... é muita corrupÇÃ::o... muita coisa... o país não CRES::ce... aí no caso é isso
CL [uhum...
OP [que estamos lhe disponibiliZANdo X ((nome do cliente))... mas enfim... estou vendo aí que cê tá muito ocuPAdo... tem algum horário meLHOR pra eu retornar o conTAto X ((nome do cliente)) conversarmos com... com mais CAL::ma... eu tirar suas DÚvidas...
CL raPA::z... não TEm... porque pra mim aqui o/ é peGA::do... desse jeito aqui... diREto...
OP diREto?
CL é... aqui é sempre BE::m... bem corrido aqui mesmo...
OP QUAl horário que é seu horário de almoço... X ((nome do cliente))?
CL NÃo... eu fico mesmo pela LO::ja... não num num... num vou nem em CAsa... porque aqui é muito coRRIdo...
OP nã::o... entendo... mas cê não tem hoRÁrio de almoço aí no seu serviço... cê não tira um horário pra alMOço ?
CL NÃo... no momento NÃ::o... porque::: aqui é um:::.. é um:::... é MU::ita GE::nte... não tem como no momento... ((risos))
OP [entendi X ((nome do cliente)) então vamos fazer assim ÓH::... vamos fazer o caDAStro já::... éh::... você usa a plataFOR::ma... porque aí quando você estiver... que nem você disse... daqui uns três quatro meses... mas daqui três quatro meses você vai fazer um investimento no valor... de cento e trinta e NOve... né? e hoje você tá tendo a oportunidade X ((nome do cliente)) de setenta e nove e noVENta... o CURso... ele tem a duração aí de
CL [hum::..
OP [CINco anos de validade na plataFORma... ou seja... você tem até
CL [hum..
OP [CINco anos... pra fazer o curso pra ele não expiRAr... então você vai conseguir fazer o curso norMAL... o bacana é que você já gaRANte esse valor meNOr... né? o que é BE::m melhor pra você tamBÉm... porque economizar é interessante... não é verDAde X ((nome do cliente))?
CL é verDADe... mas aGOra... com gente aqui não DÁ::... tá:: tá muito corrido pra mim...
OP mas aÍ::... ô:: X ((nome do cliente)) eu faço o cadastro com você aqui em CINco minutos... é bem RÁpido... muito rápido MESmo...
CL NÃo... não tem CO::mo... já tão me chamano aqui pra mi::m já resolver uma... situações aqui...
OP enten::do X ((nome do cliente))... cê não tem CINco minutos pra fazer esse caDAStro?
CL TEnho não... TEnho não... agorinha agorinha não... eu tenho que desliGA::r...

OP mas tudo bem então... eu lhe reTORno na seGUNda... tá BOm? pra fi/ pra faLAr com você...
CL TÁ bom... então...
OP muito obriGAdo X ((nome do cliente))... tenha uma boa TARde...
CL [de NA::da... tchau TCHA::u...
OP [tchau TCHA::u...

Diálogo 07
Duração: 5'20''
Cliente: homem adulto (CL)
Operadora: mulher adulta (OPA)

CL alô?
OPA O::i... bom DI::a... eu falo com X ((nome do cliente))?
CL isso...
OPA oi X ((nome do cliente))... tudo BEm? aqui quem fala é a X ((nome e sobrenome da operadora)) eu sou da X ((nome da empresa)) né::? éh:::... representante do curso de inglês do X ((nome da empresa parceira))... é que você foi contemPLAdo ho::je... com uma condição especial do curso de inglê::s do X ((nome da empresa parceira))... você já tá matriculado em alguma esCO::la?
CL não não... ainda nã::o...
OPA enTÃo...você foi contemPLA::do... né? com um descon::to... um voucher de descon::to de oitocentos reAis... mais outro cur::so... éh:::... gratuIto... até no valor de trezentos reAis no X ((nome da plataforma))... ho::je você SAbe... X ((nome do cliente)) que falar em inglê::s... né? é um grande diferencial no mercado do traBA::lho... né? no mercado de trabalho além dele valorizar... o:: seu cuRRÍculo... ele vai te deiXAr... NÉ::... éh:: bem atualiZAdo sem contar que você vai receber o... saLÁrio... sessenta e um por cento a MAis... né? que os demais colega você... hoje você traBAlha com o quê... X ((nome do cliente)) ?
CL eu sou militar...
OPA ah:: miliTA::r... leGA::l... enTÃo... éh:: HOje a:: X ((nome da empresa parceira)) tá disponibilizando pra você::... um cur::so... ele é cem por cento on-LIne... onde você vai te::r vídeo Aulas com professores brasileiros bilí::ngues... você vai tá aprendendo inglês de uma forma PRÁ::tica... e diDÁ::tica... né::? todo o material de aPO::io... X ((nome do cliente))... é:::... é:: gratuIto... a gente não cobra o material de apo::io... né? você vai fazer o download e imprimir as apostila... né? o curso de inglês NO::sso... ele é a única instituição... né? a X ((nome da empresa parceira)) que tem parceria com o consulado ameriCAno... né? dessa forma ele qualiFIca a plataFOR::ma para o sucesso dos nossos aLUnos... o curso ele tem du/ a:::... duração de um A::no e:: o:::.. e você obteve um desconto de oitocentos reAis... e o investimento do cur::so... TÁ::: de setenta e três reAis e vinte e três... em doze parCElas... tanto no X como no X ou outra bandeira de cartã::o... hoje você traBAlha com que cartão de CRÉdito... X ((nome do cliente))?
CL é::: X ((bandeira de cartão de crédito))...
OPA X né? aí eu consigo fazer pra você esse cur::so... éh::... em doze parCElas de setenta e três e vinte e TRÊs... mais outro curso na tua área de inteREsse na... no X ((nome da plataforma))... hoje você:::... éh qual tua Área assim de intere::sse... sobre a área administraTI::va... área de inforMÁ::tica?

CL ah:: mais pra ADM....
OPA ah:: pra área ligada à P.M. né? seguRANça... NÉ? aÍ a gente disponibiLIza
CL [NÃo... é ADM....
OPA ADM.? ah:: ok...
CL é...
OPA [a gente disponibiliza... eu entendi faLAr P.M. ((risos))... aÍ:: X ((nome do cliente)) a gente dis/ ah éh... disponibiliza pra você::... vários cursos aqui na área administrativa... TE::m... gerenciamento de rotinas administraTI::va... TE:::m... TEm a parte de de:::... de desenvolvimento gerenciA::l... que a gente consegue disponibilizar pra ti:::... nesse valo::r... rotinas administraTIva...
CL [tem algum polo dessa empresa aqui em X ((cidade))?
OPA O::i?... TEm::: é X ((nome da empresa))
CL [tem algum polo
OPA [X.X/X/X... ((endereço eletrônico dos cursos))... são VÁrios curso que você vai TEr... e na (...)
CL [não... eu digo assim... se tem algum polo aqui em X ((cidade)?
OPA AH NÃo... ele é cem por cento on-LIne... éh:: a X ((nome da empresa)) fica em X ((nome de uma cidade))... né?
CL ahn::...
OPA a sede... é em X ((nome da cidade))... o curso é cem por cento on-LIne... onde você VA:i... va::i... vai ter Aulas... NÉ? é on-line... tudo é on-line... é o X ((nome da empresa parceira))... ele tem MAis de mil e quinhentos cur::sos... né? a X ((nome da empresa parceira))...
CL [uhum
OPA [éh:: X ((nome da empresa parceira))... você já ouviu faLAr? aÍ tem o X ((nome da plataforma))... ali tem X ((nome da empresa)) bate-PA::po... X ((nome da empresa)) educaÇÃ::o... aí tem VÁrio/ éh::... é nesse SIte da X ((nome da empresa parceira))...
CL o problema é que:::... (nesse momento do semestre) eu tô bastante ocuPAdo eu acho meio ruim de eu analisar (...)
OPA [qual é o melhor hoRÁrio? passa seu e-mail que eu te encaminho um e-MAIl pra você tá dando uma analiSAda
CL [pode ser... fica melhor...
OPA [qual o seu e-MAIl X ((nome do cliente) ?
CL ah... fica bem meLHOr...
OPA qual e-MAIl que t/... o teu e-MAIl?
CL é X ((e-mail do cliente))...
OPA si::m...
CL X ponto X...
OPA X... X di X?
CL não... X...
OPA X:::... X... X:::..
CL Ponto
OPA si::m...
CL ponto X...
OPA X com X? si::m...
CL X... @X.X...
OPA @X.X... eu só vou só::: ah éh:: X... X... ponto X com X... @X.X...
CL [i::sso...
OPA pron::to... eu vou tá te encaminhando

0981 CL [eu agradeço...
0982 OPA [o e-MAI::l... aí tem meu conTA::to...
0983 X ((nome do cliente))...
0984 CL certo...
0985 OPA éh:: qual o melhor horário
0986 CL [( )
0987 OPA [pra te retornar ainda essa seMA::na?
0988 CL essa semana tá meio... corrido... porque agora tamo terminando uns
0989 trabalhos aqui na
0990 OPA [aí na...
0991 CL [sessão e:: éh por isso que eu:: tô
0992 OPA [na próxima semana X ((nome do cliente))...
0993 CL [viajano amanhã...
0994 isso... porque amanhã eu tenho que preparar tudo amanhã porque eu
0995 tenho que viajar em missã::o e só volto no SÁbado...
0996 OPA cer::to... aí na próxima semana?
0997 CL [e lá não pega siNAl...
0998 OPA entendi::...
0999 CL eu acho que lá só pega sinal da X((nome de empresa de telefonia))...
1000 estranho
1001 OPA [ah entendi
1002 CL [o sinal desse lugar...
1003 OPA aham...
1004 CL ( )
1005 OPA [e qual melhor hoRÁrio na próxima seMAna? qual melhor dia e horário?
1006 CL qualquer hoRÁrio... qualquer hoRÁrio... não tem muito...
1007 OPA [pronto... eu te encaminhei o
1008 e-MAI::l... aí você dá uma analiSA::da...
1009 CL [tá...
1010 OPA [e você pode tá me respondendo
1011 também por e-mail... MAs eu te reTORno na próxima segunda-feira...
1012 oK::?
1013 CL tá... tá certo...
1014 OPA [muito obriGA::da... tenha um ótimo dia pra você::...
1015 CL [tá ok.. pra você também... bom trabalho tá?
1016 tchau...
1017 OPA briGA:::da... tchau tchau...

Diálogo 08
Duração: 6’46’’
Cliente: mulher adulta (CLE)
Operadora: mulher adulta (OPA)

1018 CLE alô?
1019 OPA alô... por favor... X ((nome da cliente))?
1020 CLE quem que é?
1021 OPA O::i?
1022 CLE O::i... é ela MESmo...
1023 OPA oi X ((nome da cliente))... meu nome é X ((nome da operadora))... eu sou
1024 consultora acadêmica do X ((nome da empresa))... tudo BEm? referente
1025 ao
1026 CLE [si::m... tudo BEm?
1027 OPA curso de... de inglês da X ((nome da empresa parceira))...

CLE ahn::?

OPA X ((nome da cliente))... eu tô entrano em conTAto porque você foi contemplada com um VOUcher de desCONto... pra poder tá fazendo o curso de inglê::s... tá::?

CLE tá::...

OPA aí esse curso... ele tem duração de doze me::ses... ele é um curso em E.A.D.... ele é toTALmente on-line... TÁ::?

CLE uhum...

OPA tá me ouVINdo?

CLE si::m... tô te ouvindo sim...

OPA AH:: certo... onde ele vai desde o nível bá::sico ao nível pré-avanÇA::do... então é

CLE [uhum...

OPA [pra você já sair.. falando:: o::: o inglê::s... né? com doze me::ses e:::... com seis meses de cur::so... você já pode solicitar uma declaraÇÃ::o... pra você apresenTA::r... tanto no traBA::lho... ou até mesmo incluindo no cuRRÍculo... e com doze me::ses... você recebe o certificado fiNA::l... esse certifiCAdo X ((nome da cliente))... ele vai chegar com carga hoRÁ::ria... nome e MÓdulos que você concluIu... e ele tem uma PARceria com o consulado ameriCAno... então ele tem cem por cento de aceitação no mercado de traBA::lho... e::... ele tem um ótimo... conhecimento... tá::?

CLE uhum...

OPA [aí::... devido você ter sido contemplada com um::: cupom de desconto de oitocentos reA::is... o seu investimento fica sendo de apenas... setenta e três reAis e vinte e três cenTAvos... TÁ::? menSAis

CLE [uhum...

OPA [debitados na sua fatura do cartão de CRÉ::dito... eu fazendo o caDAstro com você::... em questão de vinte e quatro horas você recebe o login e senha... pra você:::... começa::r a fazer o CURso... você ficou com alguma dúvida referente ao curso?

CLE o valor do curso menSAl é setenta E:?

OPA setenta e três e vinte e três... setenta e três reais e vinte e três centavos...

CLE [uhum... si::m...

OPA Oi?

CLE é... o valor é bom... mas... o valor é bom... mas eu não trabalho com cartão de CRÉdito...

OPA ah:: entendi... mas você te::m algum parente pra poder emprestar pra você o cartão de CRÉdito? porque não precisa ser necessariamente no seu NOme... entenDEu?

CLE uhu::m... eu sei... éh:::... bo::m... posso ver o que eu FAço... mas é porque realmente eu nã::o trabalho com cartão de crédito... meu marido também nã::o... e:: então::... é um pouco complicado...

OPA [então óh... porque é assim... éh:::... eu... eu não informei o bole::to pra você por quê... X ((nome da cliente))? porque no boleto só pode se for à VISta... entendeu? e à vista

CLE [uhum...

OPA [eu acho que::... éh vai tá assim... fi/ num fica um valor tão acessível pra pessoa poder dar à VISta... né? mas assim

CLE [uhum...

OPA [cada um sabe das suas condiÇÕes... porque aí se você puder dar à vista oitocentos e setenta.. oitocentos e setenta e oito e oiTENta? entenDEu?

CLE uhum... oitocentos e setenta e oito e oitenta também não é muito CAro

NÃ::o... é tranquilo...

OPA NÃ::o... valor tranquilo... é si::m... então por isso que eu tô fala::no... aí se você puder também dar o valor à VIsta... não tem problema... eu envio pra você um... um bole::to.. pra:: fazer o pagamento à VIsta... até a data de amanhã::... e aí assim que constar no sistema... você já recebe login e senha para iniciar o cur::so... entendeu?

CLE [aham... então... porque::... eu não gosto de cartão de CRÉdito... eu já TIve... eu me enrolei TOda... PAgue::i... e deu tudo cer::to... mas eu nã::o... QUEro mais cartão de CRÉdito... tendeu? eu não ( )

OPA [entendi... mas você consegue fazer o pagamento:::.. até amaNHÃ... de oitocentos e setenta e oito e oiTENta?

CLE bo::m... no pagamento do:::... era pra ter caído HOje... se ele cai/ ele não caiu ainda... então eu não sei se ele vai caIr amaNHÃ... bom... é um pouco compliCAdo...

OPA entendi... Ah mas eu digo aSSIM porque eu já::... fazia o caDAStro com você::... entendeu? pra garantir esse cupom de desconto de oitocentos reA::is... e:::... e aí eu encaminho o::: o boleto pra você e aí você já faz o pagamento amaNHÃ... entendeu?

CLE uhum... bom eu prefiro fazer um curso que seja presenciA::l... estou procurando... um curso presenciA::l... on-LIne eu não tenho muita firmeza em curso on-line... ((barulho de criança brincando))

OPA SIm...

CLE [((risos))

OPA [mas firmeza no quê? nas a::ulas... no quê? porque assim... o curso... o curso on-LIne... da X ((nome da empresa parceira))... X ((nome da cliente))... ele tem a mes/ o mesmo conteúdo que um presenciAl... e hoje ele se torna mais PRÁtico... justamente pras pessoas que também não têm uma certa flexibiliDAde no hoRÁrio... entendeu?

CLE uhum... entendi...

OPA [então... o MESmo conteúdo que você vai ter num::... no presenciAl... você vai ter no on-LIne... porém assim... no on-line você vai fazer a hora que você quiSEr... Aonde você estiVEr... e você vai ter MEnos custo... porque você não vai ter o custo com o material diDÁtico... em relação também a transPORte... você não vai ter que se deslocar da onde você estiver para ir pro presenciAl... e isso pode ser contado o quê? FA::ltas... porque nem sempre dá pra ir... entenDEu? no on-LIne nã::o...

CLE [é verdade...

OPA no on-line NÃ::o…

CLE [é verdade…

OPA [no on-line você vai ter acesso

CLE [hum...

OPA [vinte e quatro horas por dia... sete dias da sema::na... e você também não tem limite de aCE::sso... entendeu? então você pode acessar a QUALquer moMENto em QUALquer luGAR::... e eu digo aSSI::m... X ((nome da cliente))...

CLE [ahn?

OPA [você fazer o curso em do::ze:::... em doze me::ses... porém isso vai do seu desempenho porque se você... for uma pesso::a de... com uma boa disciplina e:::... se quiser tá fazendo em mesmo em menos TEM::po... aí vai de você::... entenDEu?

CLE uhum... entendi... ENtã::o... éh::... agora como eu sou caSA::da... tudo deve ser conversado com o meu maRIdo... ((2”)) entenDEu?

OPA [entendi

CLE enTÃ::o... eu tenho que conversar com ele priME::iro... saber se ele acha

tudo i::sso... qual a opinião DE::le... e aí a gente desCObre...
OPA cer::to...
CLE entendeu?
OPA você pode anotar o meu teleFOne?
CLE anoto sim.. pode falar...
OPA aí você conversa com ele aí cê entra em contato comi::go... é X ((número de telefone da operadora))...
CLE aham...
OPA X...
CLE X...
OPA X...
CLE anot/ como é seu nome... por faVOr?
OPA meu nome é X ((nome da operador))... meu horário de atendiMENto X ((nome da cliente)) é das no::ve...
CLE ahn?
OPA à::s quinze horas...
CLE TÁ bom...
OPA certo?
CLE [então tá bom...
OPA obriga::da...
CLE [cer::tinho
OPA uma boa tar::de...
CLE [de na::da... tchau tchau...

Diálogo 09
Duração: 9’02’’
Cliente: mulher adulta (CLE)
Operador: homem adulto (OP)

CLE alô?
OP Oi... boa tarde... por gentileza... X ((nome da filha da cliente))?
CLE quem gostaRIa?
OP eu sou X... ((nome do operador)) consultor acadêmico da X ((nome da empresa))...
CLE a respeito do que::?
OP é referente ao curso de inGLÊ::s... que eu tinha falado com ela anteriorMENte... aí de um CURso
CLE [É/
OP [que ela:: procurou pela interNE::t... fez o caDAS::tro...
CLE éh:: mas quando ela falou para mim que é pela InterNEt... eu não quero NÃo... eu falei pra ela que:::( ) (...)
OP [ahn::... com quem eu FA::lo?
CLE com a mãe DE::la...
OP qual o seu nome... por faVOR::?
CLE X ((nome da cliente))...
OP X ((nome da cliente)) eu sou o X ((nome do operador))... consultor acadêmico aqui da X ((nome da empresa))... POR que não é intereSSANte... X ((nome da cliente))... a/ E.A.D.?
CLE UHUm...
OP X ((nome da cliente))... MAs (...)
CLE [vou deixar pra gente faZE::r... quando::... quando a::... ela vai faZEr no mesmo luGAr que ela fez há dois anos

aTRÁ::s...

OP enten::do... X ((nome da cliente))... porém nós somos HOje... a única I::nstituiÇÃ::o... que tem parceria e certificado com o consulado americano X ((nome da cliente))... nós conseguimos deixar Ela escrevendo lendo... e também conversando em inglês dentro de DOze ME::ses... garanTI::do... tanto que nós temos a parceria consulado ameriCA::no...

CLE u:hum::... é:: mas pra a gente não é:: muito:::... viável nã::o...

OP POR que não é viável aprender inglês num curto período de TEM::po... X ((nome da cliente))? quanto menos tempo

CLE [ah na/

OP [você levar pra aprender inglês... meLHOR... não é verDAde? numa esCOla... às vezes leva... quatro a cinco Anos... pra entregar no nível que nós entregamos em Um... X ((nome da cliente))... só depende

CLE [éh::...

OP [do aLUno se empeNHAr e estudar na plataFORma realMENte... as as esCO/ não dizendo que:::... escolas físicas tenham... éh::... uma MÁ qualidade de ensino... NÃ::o... muito pelo conTRÁrio... também tem uma boa qualiDA::de... mas a diferença é o quê? o proCEsso deles é LEN::to... X ((nome da cliente))... justamente

CLE [é:: entã::o

OP [para paRA::... garantir que o aluno fique matriculado muito mais TEM::po... e todo esse tempo gere muito mais renda aí para E::les... aqui não... é o oposto DI::sso... X ((nome da cliente))... nosso intuIto é deixar o:: aluno qualificado dentro de doze meses já para o merCA::do... tanto como eu lhe DI::sse (...)

CLE [é mas a única coisa que eu não achei CERto é porque tem que estudar pela InterNE::t... pelo pela InterNEt...

OP Isso... porque é E.A.D. X ((nome da cliente))... ensino à longa disTÂN::cia... né::? é o fuTUro HOje... o E.A.D... o E.A.D...

CLE [ahn não sei não...

OP [é... ele é... ele é::: muito bom por conta do quê... X ((nome da cliente))? vamos LÁ::... éh::: no CA::so... se:::... dependendo da situaçã::o... tá caindo uma chuva muito FORte... um exemplo... não tem como a X ((nome da filha da cliente)) se locomover até:::... o CURso e é dia de PRO::va... depois vocês vão pagar à parte por essa PROva... pra ela... ter a PROva... pra essa prova... né::? éh vo/ éh:::... você também tem GAS::to... além da maTRÍ::cula... você tem gasto com todo o material diDÁ::tico também... né? que você já tem que comPRAr... as aposti::las... os li::vros... aqui na plataforma <u>on-line</u> NÃo... você já tem tudo <u>on-LIne</u>... onde pode baixar... estudar pelo <u>TAblet</u> pelo celuLA::r... temos também apostilas que dá para impriMI::r... e fazer os exercícios em CA::sa... com cane::ta e paPE::l... que é bem baca::na também... outra diferença... X ((nome da cliente))... que aqui::... ela vai estudar no hoRÁ::rio DE::la... no <u>time</u> DE::la... já a escola NÃ::o... você que se aDEqua... né? ao horário da esCOla... geralmente eles têm Aulas... duas vezes na sema::na... segunda e QUARta... terça e QUIN::ta... e a duração da aula é de uma HO::ra... aqui NÃ::o... se ela... vamos supor... se ela pega::r éh::... os... o/ todos os dias da semana... menos sábado e domingo... e estudar duas HOras... a evolução dela vai ser muito mais rá::pido... entenDEu? tanto que nós recomenDAmos... aí... éh:::... três HOras... de aula na seMA::na... X ((nome da cliente))... porém se Ela peGAr pra estudar TOdo DI::a... ela

vai aprender muito mais rápido o que vai fazer com que Ela:: evoLUa na plataforma muito mais RÁpida... a plataforma... ela é gamifiCA::da... éh::: ela vai aprender em formato de game NÉ::? onde ela aprende se divertino para fixar o conteúdo muito meLHO::r... realmente X ((nome da cliente))... é um... é um ótimo CURso... TAN::to X ((nome da cliente))... que nós temos aí a aprovação do consuLA::do... no certificado DOs NOssos aLU::nos... vai com selo de qualiDAde e aprovação do consuLA::do... nós temos aí essa aprovação pelo consulado JUStamente pela qualidade do CURso... né? que nós fazemos aí o nosso aLUno... deixamos o aluno len::do conversan::do escreven::do dentro de DOze meses...

CLE éh:: porque no momento eu/ não não... não vai DAr não... eu falei pra ela segurar mais um pouquinho a onda... e depois... qualquer coisa depois eu ve::jo...

OP mas o QUE que imPEde o moMEN::to::: ô X ((nome da cliente))? eu eu disponibilizei pra ela já... com uma GRANde economia... não sei se ela lhe passou... de cento e trinta e nove

CLE [passou

OP [e noVENta... éh:::... o investimento caiu pra setenta e NOve e noVENta... eu vou e/ eu vou colocar pra ela aqui um VOUcher de descon::to... que traz uma economia de setecentos e vinte reAis... totalizando quaRENta e DOis por cento de desCONto... X ((nome da cliente))... quase um salário mínimo vocês estão recebendo de desconto... setecentos e vinte reAis... é bastante COisa... não é verDAde... X ((nome da cliente))?

CLE é::...

OP entenDEu?

CLE [mas eu... é que no momento só o pai dela traBAlha e eu nã::o... entã::o...

OP ah entendi::...

CLE [eu falei pra ela segurar um pouquinho...

OP mas aí X ((nome da cliente))... se for analisar taMÉ::m... é:: se/ setenta e nove e noVENta... vinte reais por sema::na... HOje não dá pra fazer muita COisa com vinte reAis... não é verDAde? por sema::na... que que você faz com vinte reais na seMA::na?

CLE é verdade...

OP né... entenDEu? é um investiMENto... X ((nome da cliente))... se eu for mais longe... Óh... pegar os setenta e nove e noVENta... e dividir por TRIN::ta... que é o número de DI::as que nós temos no MÊs... o investimento que vocês estarão faZENdo... no dia de inglês aí da filha de voCÊs... é de dois reais e sessenta e seis cenTAvos... o que fazemos com dois reais e sessenta e seis centavos no DIa?

CLE uHU::m...

OP não é verDA::de... X ((nome da cliente))?

CLE é::...

OP e tem que aproveitar aGO::ra que ela tá nessa FAse realmente busCAN::do... porque é diFÍcil realmente achar... éh:::... essa:::... essa gaLEra... NÉ? essa adolescência agora não QUEr se comprometer com estudos... não é verDA::de X ((nome da cliente))? e você tem uma filha aÍ abençoA::da que tá comprometida querendo estuDAr... buscando informaÇÃo... tem que aproveitar aGOra que ela tá euFÓrica por isso porque depois não vai querer mais estuDAr... depois que vai crescendo MA::is... aí já::: já estudou ensino MÉ::dio... aí vai pra a faculDA::de... e não quer saber mais de NA::da... aproveita aGOra X ((nome da cliente))... que ela tá.. tá:: tá: aBErta... NÉ::? a fazer novos CUR::sos... ter novas

experiÊNcias... como você DI::sse X ((nome da cliente))... ela já fez o inGLÊs... não FEz? éh ou se::ja... ela:::... ela já coNHEce um pouco do idioma... e só pra você ter uma iDEia X ((nome da cliente)) a diferença do nosso E.A.D.... aQUI... a plataFORma... ela é inteliGENte... tanto X ((nome da cliente))... que a primeira coisa que os NOssos aLUnos FA::zem... na plataforma quando aCEssam... é o teste de nivelaMENto... a função deste TESte... X ((nome da cliente))... é justamente para a plataFORma conhecer o aluno... interagir um pouco com o aLUno... para poder elaboRAr TOdo o material de estudo do aLU::no... ou seja... X ((nome da cliente))... o::: material que a plataforma elaborou para SUa FIlha... de esTUdo... não é o MESmo materiA::l que a::: plataforma vai elaborar pra mim X ((nome do operador))... de esTUdo... exCEto se TUdo que Ela respondeu eu responder da mesma forma igualZInho... entenDEu? a::í a plataforma elabora iGUA::l... mas caso conTRÁ::rio... NÃ::o... ou seja... é BE::m... éh::... no caso... é bem indepenDENte mes::mo... é bem pra E::la... o curso vai ser volTAdo... pra E::la... pro perfil de::la... entenDEu? não é um CURso... que é on-LIne... que é igual pra todo MUNdo... é muito difeRENte... não é não é à toa que nós temos a parceRIa... aí você já vê a difeRENça de qualiDA::de... por aÍ::... se/... se é/ se essas esCOlas mes::mo... éh:::... fossem tão BO::as... já teriam a parceria com o consuLA::do... exemplo X... X ((nome de empresas concorrentes))... são Ótimas instituiÇÕes... porém a forma que elas traBAlham... que é até uma forma muito prolonGA::da... né::? e não prezam um resulTAdo... a um curto PRAzo... e nós estamos fazendo a democratização... éh do inGLÊ::s... X ((nome da cliente))... nós estamos disponibilizando inglês reAlmente... com esse com esse desconto TO::do... justamente para que TOdos tenham ace::sso aí... à cultura inGLEsa...

CLE uhum... é::... eu vou ver aqui com o pai dela... qualquer coisa e::u... eu reTOrno a ligação pra vocês... eu vo/ eu vou conversar com ele à noite e vejo... e FAlo...

OP NÃ::o... eu posso retornar amaNHÃ:: tamBÉm... não tem proBLE::ma... pode SE::r?

CLE é:: mas é porque como o telefone não é:::... não é NO::sso... não é:::... de CAsa MESmo... aí acaba atrapalhano quem... quem NÉ? fica atendeno...

OP AH:::... entendi... enTÃO aNOta o zero oitocentos X ((nome da cliente)) por faVOr...

CLE pera aí... só um minuti::nho... ((5’’)) pode falar...

OP meu nome é X... X... ((nome e sobrenome do operador))...

CLE ahn?

OP aí o zero oitocentos é:: X ((número de telefone))...

CLE ahn?

OP X...

CLE ahn?

OP X... aí é só retorNArem e procuRArem por mim mesmo que eu darei continuidade no atendiMENTo... tá BOm X ((nome da cliente))?

CLE ah tá bom… tá ok...

OP lhe agradeço a atenÇÃo... X ((nome da cliente))... lhe desejo um maravilho::so DI::a... e uma Ótima seMA::na... tchau tCHA::u...

CLE obrigada...

OP por NA::da...

Diálogo 10
Duração: 7’48’’

Cliente: mulher adulta (CLE)
Operadora: mulher adulta (OPA)

1346	CLE	oi?
1347	OPA	alô::... boa TAR::de...
1348	CLE	oi...
1349	OPA	oi X ((nome da cliente))...
1350	CLE	tudo bem?
1351	OPA	tudo... é a X ((nome da operadora)) da X ((nome da empresa parceira))...
1352		tudo be::m?
1353	CLE	oi:: tudo bem...
1354	OPA	que BO:::m... X ((nome da cliente))... eu tô entrando em contato pra saber
1355		referente ao e-MAIl... se você... conseguiu dar uma li::da... né? o que que
1356		você acho::u... se ficou com alguma DÚvida...
1357	CLE	ah::: sim... eu aTÉ respondi::...
1358	OPA	Ah você responDEU?
1359	CLE	sim ( )
1360	OPA	respondeu quando?
1361	CLE	é é... eu respondi acho que foi ONtem ... ou antes de ontem ... acho que
1362		foi ONtem ...
1363	OPA	AH sim... eu te mandei retorno... também... eu não sei se você recebeu?
1364	CLE	[éh:: eu mandei
1365		retorno... é::... é porque::... pra eu fazer esse curso... acho que eu tenho
1366		que ter um computador assim mais moDERno... né? que tem a... a:::... o
1367		ÁU::dio pra:: pra pra... pra corrigir a minha pronúncia... igual você falo:::u..
1368	OPA	entendi... deixa eu te perguntar X ((nome da cliente))...
1369	CLE	[NÉ? eu acho que vou precisar desse... não É?
1370	OPA	deixa eu te perguntar... qual computador você tem?
1371	CLE	NÃO... eu tenho um... um:: um NOtebook... mas ele é BEM anTIgo...
1372	OPA	[ah sim
1373	CLE	[ele É...
1374		só um... assim... dos primeiros que saIu...
1375	OPA	entendi... mas ele... com O notebook que você tem... você tem acesso à
1376		InterNEt... ao Youtu::be... ao Goo::gle?
1377	CLE	no Youtube não... não sei se tem... mas o o... o Google si::m...
1378	OPA	sim...
1379	CLE	[a gente entra pela Internet...
1380	OPA	entã::o... se ele tem acesso À InterNEt... você consegue fazer norMA::l...
1381		entende::u?
1382	CLE	( )
1383	OPA	[o que você vai/ o que você vai precisa::r...
1384	CLE	[ahn?
1385	OPA	ter... X ((nome da cliente))... é um:: headset... SAbe... que é aquele::...
1386		FO::ne que tem é... o::: o::: o microFO::ne... na PON::ta... pra você
1387		pode::r...
1388	CLE	ah:: tá:: ( )
1389	OPA	[entende:::u ? só I::sso...
1390	CLE	[entendi... só? aham...
1391	OPA	exa::taMENte...
1392	CLE	[ahn:: tá... ( )
1393	OPA	I::sso... porque de resto ele funciona norMAl... entende:::u?
1394	CLE	Ahn::...
1395	OPA	[o importante é ter o::... ter o::... o::... o:: computaDOr::... NÉ? ou o
1396		notebook... que é no seu ca::so... e Ele ter acesso... À:: Internet... tendo
1397		acesso à internet

CLE [ah:: tá...
OPA você consegue fazer ele norMAl... sem problema nenhum...
CLE é?
OPA entende:::u?
CLE [é tem acesso à Internet... que sempre eu uso o Google... né... pra ( )
OPA AH::: entã::o... que é um site de busca né? que você FAz...
CLE Isso...
OPA I::sso .. isso MESmo... então é assim... com E::le... você consegue usar norMAl... e é aSSIM X ((nome da cliente))... ele... esse CURso... ele tem um:::... um sis/ um acesso nele... né:::? uma tecnologia no CAso... que ele É:::... fragmenTAdo... que que é o fragmentado... ele... você pode::... pauSAr... a A::ula... um conteúdo fragmentado...
CLE [tá...
OPA você PAusa a aula ou PAusa o que você estiver vendo... e... SAi... se for o CAso... se tiver que saIr... quando você volTAr você pode... liGAr::... tirar da pausa... e vo/vo... continuAr da onde você parou... entende::u?
CLE ah:: tá::...
OPA e você também... tem um... o:: conteúdo Off-line... que é assim... você::... pode::... salVA::r num penDRI::ve... as informações e leVAr pra pra... ver em outro luGA::r.. entende:::u?
CLE ah:: tá tá...
OPA então é assim... E::le...
CLE [ah:::... entendi...
OPA [ô X ((nome da cliente))... ele tá todo::... atualiza::do
CLE [hum?
OPA [né ... com com informaçõ::es e tecnologias do dia-a-dia... da gente... por isso que
CLE [( )
OPA pode faLA::r...
CLE é é por isso que eu PENsei::... tem que ter... às vezes... um aparelho... mais moDERno... né... que tenha como
OPA [ah:: nã::o...
CLE pra corrigir no CA::so... a minha proNÚNcia... é::: tem... teria que ter né? tem que ter um... uma tecla pra... pra voCÊ::... transmitir né... aÍ:: é que eu fiquei mei/meia:: em dúvida e pensei... então::.. como é que chama mesmo o o... a coi/...o o o...
OPA o que eu falei... o FOne... é o headset... SAbe? que é aque/ (...)
CLE [headset
OPA [I::sso... O::u você pode usar um fone de ouvido com microFOne... um FO::ne norMAl...
CLE [a::h tá...
OPA [SAbe? um fone de smartPHOne?
CLE sim... sim...
OPA enTÃO::... ele funciOna... só que é assim... ele tem muito ruí::do... né... porque ele vai escuta::r:... éh:::... ao reDOr... então o recomendado é usar aquele FOne... que ele cobre todo o... todo o ouvi::do né?
CLE [aham
OPA [e aí:: você consegue escutar meLHOR::... entende::u?
CLE ah:::... tá certo... então eu vou providenciar e comprar esse aÍ:: e aí eu já PAsso pra voCÊ... é::...
OPA [qu/
CLE [e é:: no boleto cê fez pra eu dar enTRAda de

duzentos... né?
OPA I::sso... isso mesmo...
CLE ok...
OPA [aí você pode...
CLE aham...
OPA deixa eu te passar como é que fica... aí você pode tá fazendo dessa FOrma né? que é o::... que é os duzen::tos... menos os duzentos reAis... fica setecentos e cinquenta e oito e oitenta dividido por SEis... que aí fica... a entrada de duzen::tos...
CLE [hum?
OPA [MAis seis de cento vinte e seis reAis e quarenta e seis cenTAvos...
CLE ah::: tá...
OPA tá::? MAs assim ó... eu já posso tá fazendo o::: cadastro com você aGOra... que aí eu já envio
CLE [hum?
OPA [o boleto pra seNHOra... entenDEu?
CLE [eu vou... eu vou tentar comprar esse apaRE::lho... e... e aí eu mando eu mando um e-mail para você... TÁ::? aí eu não vou mandar como resposta não... vou vou enTRAr e manDAr... tá BOM?
OPA você va/ ah então... mais aí você já vai mandar os DA::dos? é:::...
CLE é:: aí eu:: já preencho LÁ::... porque lá parece que TEM... que que você mandou...
OPA [SIM TEM::... tem sim...
CLE [então eu já tenho... né?
OPA têm todas as informações lá...
CLE [aham... aí eu já preencho lá:: e já mando pra você...
OPA QUANdo que você consegue tá fazendo isso?
CLE [aÍ eu vou tentar comprar esse::... bom eu devo... eu DEvo... amaNHÃ eu... eu SAio porque a gente tem que... onde eu moro não TEM:: essas coisas... tem que ir lá no centro NÉ? da ciDAde... pra poder comPRAr... então amanhã::... eu eu::: eu já vou dando um jeito de:: ver se eu conSI::go... e:: cheGAN::do e colocando direitinho... aliás eu LEvo o... o notebook pra pessoa oLHAr... éh:: ( ) né?
OPA [mas X ((nome da cliente))... porque não faz... entendi... porque que já não faz assim ó::... eu posso fazer assim... eu já PEgo FAço o cadastro com a senhora aGO::ra... porque assim Ó... o curso só vai... iniciAR:: quando você efetuar o pagaMEN::to... entende::U? aí eu já faço
CLE [ah::
OPA [o preenchimento aqui com você::... e te envio o boLE::to... no dia em que você
CLE [aham
OPA [que no caso é amanhã::... NÉ? se você for comprar amanhã... você já leva o bole::to... dá enTRA::da... faz o pagamen::to... e AÍ me comunica por e-MAIl... entendeu? e aí eu te LI::go... porque ele SÓ vai dar iNÍ::cio... ô X ((nome da cliente))... quando constar o pagamento no sisTEma... entenDE::u?
CLE ah:: tá...
OPA então assim... pra ser uma coisa mais RÁ::pida... até mesmo pra você também começar os seus esTUdos... tu::do... aí eu posso fazer dessa FOR::ma... aí eu já envio o boleto ho::je... pra você::... aí amanhã você VAi... compra o:: HEA::d e leva o boleto e JÁ LEVA O NOTEBOOK

JUNTO né... se você quiser... pra ele pode::r... colocar pra seNHOra... explicar direitinho como que funciona... e aÍ você já me manda... a:: resposta pelo e-MAIl... “olha X... eu fiz o pagamento do boLE::to... precisa do comproVANte...

CLE [aham...

OPA [aqui” entenDE::u?

CLE ah:::...

OPA [qual que é o seu C.P.F.?

CLE é:: é::... eu vou... eu vou mandar então pelo e-MAIl... TÁ::? porque eu

OPA [sim...

CLE eu tô longe... eu não tô com o C.P.F. aGOra na... em mãos não...

OPA CERto... aí então você me manda os DAdos?

CLE aÍ eu vou mandar pelo e-mail já... viU?

OPA tudo bem... então... eu vou aguardar... tá bom... X ((nome da cliente))... qualquer dúvida

CLE [tá certo...

OPA [é só mandar por e-mail também...

CLE então tá bom... assim que eu chegar em CAsa... eu já mando TÁ::?

OPA tudo bem X ((nom da cliente))... que você tenha uma boa TARde... até::...

CLE boa tar::de pra você também... bom trabalho...

OPA obriGA::da...

Diálogo 11
Duração: 8’40’’
Cliente: mulher adulta (CLE)
Operadora: mulher adulta (OPA)

CLE alô?

OPA alô... por favor... X ((nome da cliente))?

CLE isso mes::mo...

OPA oi X ((nome da cliente))... meu nome é X ((nome da operadora))... eu sou consultora acadêmica do X ((nome da empresa))... tudo BEm?

CLE tudo jóia...

OPA que bom... X ((nome da cliente))... eu tô entrando em conta::to referente a um/ uma condição especial no curso de inglês da X ((nome da empresa parceira))... atualmente você tem algum conhecimento em inGLÊ::s?

CLE não...

OPA cer::to... hoje X ((nome da cliente))... a X ((nome da empresa)) é o maior portal de educação on-line do BraSIl.... tá? onde o curso de inglês on-line ele tem duração de doze meses... e você de primeiro momento faz um teste de nivelamen::to... e a partir do nível que você se encontra você já... pode chegar até o nível pré-avança::do... esse nível pré-avançado... X ((nome da cliente))... ele é um nível de proficiência... onde você conta com leitu::ra... escri::ta ... entrando na plataforma que é onde você vai fazer todo o curso... você faz esse teste de nivelaMENto... como que eu falei::... e a partir daí você já conta com laboratório de gramá::tica... atividades interati::vas com mais de dez mil exercí::cios... o sistema ele é um sistema inteliGENte que ele vai estar sempre te corrigindo em tempo reAL::... tá::?

CLE beleza...

OPA tá me ouvindo BEM::?

CLE tô::...

OPA cer::to... então assim... éh:: ele vai tá te corrigin::do e você também tem

um laboratório de pronún::cia... né... com mais de:: oito mil VÍdeos pra você desenvolver o inglês... com situações do seu dia-a-dia... na primeira eTA::pa... você vai assistir o VÍdeo... e depois que você assistir esse vídeo... você vai participAr dele... como por exemplo... X ((nome da cliente))... escolhendo uma situação como um almo::ço num restauRANte conversando com o garçom:::... e o sistema ele vai te corrigir e você vai vivenciar situações em tempo reAl::... em con/ junto disso você também conta com vídeos AUlas... onde os os professores eles exPLIcam as ativiDA::des... e eles são professores biLÍN::gues... feito as ativiDAdes... e concluindo os MÓdulos... será/ em seis meses você já POde pedir uma declaraÇÃo... pra apresentar:: tanto num traBAlho quanto num::... incluir num cuRRÍculo... e com doze me::ses... você já:: recebe o certifiCAdo fiNAl::... tá::... com:: com carga hoRÁria... nome... e os MÓdulos que foram concluídos... e esse certifiCAdo ele tem uma parceria com o consulado america::no... tá::? então ele tem uma aceitação em todos os luGAres... né::?

CLE beleza...

OPA ele tem:: um::: um investimento de setenta e nove reais e noventa centavos ao MÊs... sem nenhum reajuste no período de do::ze meses... tá::? X ((nome da cliente))... o seu e-mail pra contato é X@X.X?

CLE isso...

OPA seu nome comPLEto é COmo?

CLE X... X...

OPA X? ((3”)) X?

CLE isso...

OPA cer::to... qual sua data de nasciMENto?

CLE X…

OPA X... cer::to... seu C.P.F.?

CLE X...

OPA sim... voCÊ tem telefone residenciAL::... X ((nome da cliente))

CLE não::...

OPA só o celuLAR::... né::?

CLE isso...

OPA o celular é D.D.D. X?

CLE isso...

OPA cer::to... X... qual que é o C.E.P. da sua residên::cia?

CLE ah::: nao sei...

OPA qual que é o nome da RUa?

CLE rua X...

OPA COmo?

CLE rua X-X-X...

OPA X-X-X... X-X-X... nú::mero?

CLE X...

OPA qual que é o ba::irro?

CLE X...

OPA X... e a cida::de?

CLE X...

OPA não entendi...

CLE X...

OPA X? X ((estado))?

CLE isso...

OPA cer::to... X ((nome da cliente))... e o mais bacana X ((nome da cliente))... é que você fazendo esse pagamento... no cartão de cré::dito... né? vai ser doze vezes sem juros de setenta e nove reais e noventa cenTA::vos... e eu ainda consigo... ô X ((nome da cliente))... pra você::... um:: valor de

trezentos reAIS... num investimento para um OUtro CURso... no X ((nome da plataforma))... tá::?
CLE aham... mas eu::...
OPA [então::...
CLE eu quero saber só o VA::lor...
OPA [quanto...
CLE porque... AINda não POsso fazer o curso...
OPA entendi... como eu falei...
CLE [eu só quis saber:: porque eu tô estudando... (então eu vô ter que pagar)...
OPA entendi... o valor do:: do curso... X ((nome da cliente))... ele é um valor de novecentos e cinquenta e oito reAIS e oitenta centavos ao A::no... que é o valor por ano que eu passei... NÉ? e::... o valor dele menSA::l que você vai pagar::... é o valor... de setenta e nove reais e noventa cenTAvos... entende::u?
CLE uhum...
OPA então é assim... nada de:::... que você vai ficar::
CLE [nada de grave...
OPA não... ele não é de GRAça... porque é um investimento que você vai ta/
CLE [não... nada de GRAve...
OPA ah::: sim I::sso... nada de de tão AL::to...né::? e é o que eu tô falando... assim que você fizer o pagaMENto... como é no cartão de CRÉdito... né? o cartão constan::do... JÁ::... você já inicia a fazer o curso... entende::u? sem::... aí você já vai estar dentro de...
CLE [é::: eu não tenho tempo...
OPA COmo assim... não tem TEMpo?
CLE porque eu esTUdo... e trabalho...
OPA [TÁ::: entendi mas no CA::so... o:: o X ((nome da cliente))... ele é um curso toTALmente on-LIne... entende::u? então assim... você vai fazer ele X ((nome da cliente))... éh::: somente nos seus momentos VAgo né? CLA::ro... e ele::... é totalmente on-LIne... então você vai fazer... éh::: na hora que você estiver... desocuPAda... e você se dedican::do... de três a quatro horas por seMA::na... já éh:: um:::... um bom aprendizado que você vai ter... entenDEu?
CLE entendi... mas o que que acontece? eu não tenho tempo MES::mo... eu trabalho de manhã e à noite eu estudo... à tarde ( )
OPA e aos finais de sema::na? pelo menos um/ uma vez no SÁ::bado ou no domingo?
CLE [NÃO...
aí eu dedico aos meus esTUdos... não... aí eu dedico aos meus estudos...
OPA enTÃO mas o curso não está sendo um estudo pra seNHOra tamBÉM?
CLE [não...
OPA o curso ele v/ ele é:: até mesmo é um investimento... mais aLÉM NÉ? porque no mercado de traBAlho você pode conseguir... éh::: uma recolocação bem meLHOR... tendo o... o:: inglês... um... o saLÁrio sessenta e um por cento a MAis do que um salário de uma pessoa que... só tem:: o:: a nossa língua... entenDE::u?
CLE uhum...
OPA enTÃO assim... éh:: é uma dedicação aos estudos tamBÉ::m... porque não deixa de ser um:: estudo... e um investimento pro futuro... NÉ?
CLE aham...
OPA entenDEu?
CLE eu não SAbia que era on-line não... queria... se eu for... se eu for fazer o curso de inglês... eu quero::... presencial... não quero on-line não...
OPA é mas O::lha... ele é on-LIne... porém você vai ter os professores a todo

momen::to... pra poder tá esclarecendo dúvidas e ajudando... e OUtra... o on-LIne... ele é mais pela... flexibiliDAde por quê? porque como você DIsse... que você não tá tendo tem::po... então... o:: on-LIne é o ideA::l... porque você pode fazer da onde você:: estiver... você pode conversar com os professores da onde você estiver... e você pode fazer a hora que você quiSEr... e um presenciA::l... você vai ter um horário pra enTRAr e um horário pra sair... entendeu?

CLE [é o que eu quero... no momento... o presencial seria:: me atendeRIa...

OPA mas você tá tendo TEMpo pra fazer o presenciAL?

CLE [mas não no momento... NÃO no momento não no momento...

OPA [ah::: ENTÃO?

CLE porque se eu for fazer um curso de inGLÊs... eu quero o presencial... eu não quero à distância...

OPA tá CERto... posso auxiliar em algo MA::is?

CLE só isso mesmo...

OPA a X ((nome da empresa)) agrade::ce... uma boa TARde...

Diálogo 12
Duração: 7’09’’
Cliente : mulher adulta (CLE)
Participante: mulher adulta (PTE)
Operador: homem adulto (OP)

PTE alô::?

OP alô... boa TAR::de...

PTE boa tar::de...

OP por gentileza... a:::... X ((nome composto da cliente))?

PTE quem gostaRI::a?

OP é o X ((nome do operador))... da X ((nome da empresa parceira))... é com a senhora X ((primeiro nome da cliente)) que FA::lo?

PTE X ((nome da empresa parceira))?

OP I::sso..

PTE não... não é não... só um minu/ só um minutinho...

OP ah eu aGUARdo... obriGAdo... ((8’’))

CLE o::i...

OP oi... boa TAR::de...

CLE boa tarde...

OP eu falo com a senhora X ((nome composto da cliente))?

CLE I::sso...

OP tudo bem contigo... X ((primeiro nome da cliente))?

CLE tudo JÓia e você?

OP que Ótimo senhora X ((primeiro nome da cliente))... estou muito bem tamBÉm... obrigado por pergunTAr... éh:::... hoje estou entrando em contato contigo X ((primeiro nome da cliente))... éh:: referente aí::... a um:: benefício que temos pra ti... né? da X ((nome da empresa parceira))... eu sou o X ((nome do operador))... e:::... o que é isso... né? éh... em parceria né? com:::... com o X ((nome da plataforma))... a X ((nome da empresa parceira)) está liberando o curso de inglês para TOdos alunos e ex-alunos do X ((nome da plataforma))... né? e::... HOje a senhora faz algum curso X ((primeiro nome da cliente))?

CLE cê fala... on-LIne?

OP I::sso… não… tanto on-line como::… presenciAl…
CLE nã::o.. atualmente eu não tô fazendo nenhum nã::o...
OP ah:: sim::... e:::... a senhora já estudou inglês alguma VEz?
CLE já::... já estudei...
OP hum::... bacana... e a senhora considera hoje X ((primeiro nome da cliente))... seu inglês em QUAl nível?
CLE intermediÁrio...
OP intermediÁrio? legal X ((primeiro nome da cliente))... éh:: por que eu fiz essas perguntas pra ti... X ((primeiro nome da cliente))? porque HOje... né? a X ((nome da empresa parceira)) possui o maior portal da educação on-line do Brasi::l... são mais de mil e quinhentos CURsos... e todos com certifiCAdo... éh:::... o curso que estamos lhe dando viabiliDAde né X ((primeiro nome da cliente))? ele dá a você um ano de inglês... onde você vai fazer o teste de nivelaMENto... e a partir do nível que você estiVE::r... a senhora chega até o nível pré-avança::do... o nível pré-avançado... X ((primeiro nome da cliente))... é o nível de proficiÊNcia... neste nível a senhora já tem leitura... conversação e escrita... a senhora já vai TÁ fazendo tudo isso nese nível... então
CLE [sei...
OP [você vai entrar na plataFORma... vai fazer o teste de nivelamento... e a partir de enTÃ::o... você terá um laboratório de graMÁ::tica... as atividades X ((primeiro nome da cliente))... são totalmente interativas... a senhora vai ter mais de TRÊs mil horas de ativiDA::des... com mais de dez mil exercícios... o sistema também... ele é inteligente e já irá corrigi-la na HO::ra... a senhora também X ((primeiro nome da cliente))... vai ter um laboratório de pronún::cia... onde vai contar com mais de OIto mil vídeos para desenvol/ para desenvolver o seu inglês... né? com situações do cotidia::no... na primeira eTApa... a senhora vai assistir o VÍdeo... e depois você participará DEle... por exemplo... escolhendo uma situação como um almoço no restaurante... a senhora vai falar com o garÇO::m... o sistema irá corrigi-la...
CLE [uhum...
OP e assim vai vivenciar as situações mais diversas do nosso dia-a-dia... em conjunto com TUdo Isso... a senhora ainda... X ((primeiro nome da cliente))... vai contar né? com vídeo-AUlas onde os professores... explicam as atividades das plataFORmas... feitas as atividades e concluindo os MÓ::dulos... a senhora::... terá o certificado ao final do CURso... com o nome do curso que fez né? de inGLÊs... com a carga horÁria que fez... do CUR::so... e TOdos os módulos que passou pelo curso... até aí tudo BEM ou ficou alguma dúvida X ((primeiro nome da cliente))?
CLE não... cer::to...
OP perfeito... aí eu realizando o seu caDAStro... X ((primeiro nome da cliente))... o prazo máximo já para a senhora começar a estuDAr... é de até vinte minutos... onde já vai chegar em seu e-mail princiPA::l... né? o login... e a senha da plataFORma... já para a senhora ter o acesso... fazer a prova... e já continuar do... de onde a senhora... tem conhecimento em diANte... aí:: este curso X ((primeiro nome da cliente))... ele sai num investimento menSA::l... de apenas... setenta e NOve... e noventa...
CLE cer::to...
OP [fica bacana pra seNHOra?
CLE não... mas deixa eu te faLAr... no momento... eu não tô tendo
OP [sim...
CLE possibiliDAde nenhuma... de de tá tendo algum compromi::sso... porque como eu tô autônoma... tá compliCA::do... eu nunca sei que dinheiro que

ENtra na minha conta... e que dinheiro que num/ que vai dar CERto... entendeu?

OP ah:: eu compreendo... senhora X ((primeiro nome da cliente))...

CLE [eu não posso nem... mesmo que o valor seja BEm bem bai::xo... eu não posso éh:::... ter nenhum tipo de comproMIsso... porque realmente eu não sei se vou poder cumprir::... entendeu?

OP [não eu compreendo senhora X ((primeiro nome da cliente))... sem problema algum... mas aí... senhora X ((primeiro nome da cliente))... aqui tá o bacana ó::... e se a senhora pegar setenta e NOve e noVENta... e dividir por TRINta... que é o número de dias que temos no MÊs... a senhora vai tá fazendo um pequeno investimento DIa de dois reais e sessenta e seis cenTA::vos... ou seja... se a senhora economizar dois reais e sessenta e seis centavos... DI::a... no final do mês... a senhora tem o valor aí::... total pra pagar de setenta e nove e noVENta... e:::... o curso X ((primeiro nome da cliente))... ele vai trazer aí um grande peso ao seu currículo no mercado de traBAlho... por mais que a senhora trabalhe auTÔnoma hoje... esse curso... caso a senhora queira voltar ao mercado de traBALho... né? e trabalhar regisTRAdo... vai trazer um gran::de peso por quê? porque o NOsso maiOr parceiro hoje... o nosso maior apoiaDOr... é o consuLAdo ameriCAno... a senhora vai ter aí um certifiCAdo com o apoio do ser/ do consulado ameriCANo... né? o que é bem baCAna... o que difere bastante esse curso... que ele é bem imersivo e totalmente interativo... imersivo por quê? porque ele vai imergir... a senhora totalmente no inGLÊs... não é um curso que vai ficar de enrolaÇÃo... e demorando né? pra senhora aprender as coisas... justamente por conta disso que nós temos aí o principal apoiador... o consulado ameriCAno... que é um curso realmente que vai te dar uma didática muito boa...

CLE não... eu compreENdo... mas assim éh:::... a formação já do inglês que eu TEnho já:::... me:: me DÁ bastante baGAgem nisso que cê já me falou::... seria mesmo só um aperfeiçoaMENto... que eu acredito no momento... SAbe? MAis eu te agrade::ço por você me enTRAr... mas eu no momento eu não vou querer não::... TÁ::?

OP NÃ::o... sem problema algum X ((primeiro nome da cliente))... a senhora possui e-MAIl?

CLE possuo...

OP a senhora pode me inforMAr? que eu mando TOdas as informações que lhe passei aGOra... por e-mail... inclusive... o número da nossa central no zero oitocentos... que aí posteriormen::te... a senhora tendo interesse.... em concluir aí... fazer o CURso né? e:: pra/ até mesmo pegar o certifiCA::do... que ajuda mui::to... não é verDAde? ah:::... a senhora pode ligar na nossa cenTRAl no zero oitocentos e me procuRAr... tudo BEM::?

CLE tá::... tudo bem::... o meu e-mail é X...

OP X... ok::...

CLE X...

OP perfeito...

CLE X... X-X-X-X-X-X...

OP [X-X-X-X-X-X... perfeito...

CLE @X ponto X...

OP sem problemas... já estou enviando aGOra... X ((primeiro nome da cliente))... aí futuramente

CLE [tá bom...

OP ah:: a senhora tendo interesse... é só nos procuRA::r... tá BOM? ficarei ansioso

CLE [tá ok:::

OP [pelo seu retorno...
CLE ok... briga::da... VIu?
OP eu que lhe agradeço a atenção... X ((nome da cliente))... e lhe desejo um excelente DI::a... e um bom término de semana tamBÉm... muito obriGA::do...
CLE tá::... pra você tamBÉm... tcha::u...
OP obrigado X ((primeiro nome da cliente))... tchau... tCHA::u...
CLE tcha::u...

Diálogo 13
Duração: 8’10’’
Cliente: mulher idosa (CLE)
Operadora: mulher adulta (OPA)

CLE alô?
OPA alô... boa TARde... por gentileza... o X ((nome do neto da cliente))?
CLE é a vó do X ((nome do neto da cliente)) ((3’’))... é a vó do X ((nome do neto da cliente))... pode falar...
OPA o:::I?
CLE pode faLA::r...
OPA quem tá faLANdo é a vó do X ((nome do neto da cliente))? tudo BEM? aqui é a X... ((nome e sobrenome da operadora))... do X ((nome da plataforma)) da X ((nome da empresa parceira))... é referente...
CLE [hum?
OPA [o curso de on::tem que eu fiquei de retornar ho::je...
CLE ô ô::... ô minha linda... vo/ você me entenDE::u? mais... ele disse que não quer não... VI::u? ele quer
OPA [O:::i?
CLE [dentro de sala de au::la...
OPA eu não entendi:::...
CLE ele disse que ele não QUEr fazer esse CUR::so...
OPA [ele vai PERder a
CLE [ele quer fazer em sala de
OPA [oportuniDAde
CLE [AU ::la...
OPA [de ter... DO::is CUR::sos...
CLE [em sala de AU::la...
OPA [MAis MAis tem a sala de AUla tamBÉM::... mais ele vai ter o professor falando com ele...
CLE hum...
OPA e e em:: SAla de AUla... pra ele fazer um CURso... é mais de dois mil reAis...
CLE quanto é que é?
OPA [não tem parceria com o consulado ameriCAno... qual foi a dúvida DE::le? que ele te::ve?
CLE NÃo... não não ele não tem dúvida não... eu quero saber... como é o pagaMENto? é no cartã:::o..?
OPA I::sso.. é no cartão...
CLE [isso... ( )
OPA [EU conSIgo mais outro curso pra ele... gratuI::to... no valor de trezentos reAis... foi o que eu falei pra e::le... eu conSIgo

CLE [sim::
OPA [MAis outro curso no valor de trezentos reais... GRAtuIto... pra ele fazer além do de inglê::s... ele vai fazer outro gratuIto...
CLE [sim:::
OPA [sem pagar na::da... no próprio
CLE [hum...
OPA [portal ele vai escolher:: o/ o curso que ele quiser lá no portal...
CLE certo... al:: então::... aí então::...
OPA [sim::
CLE [quando você for pagar... e/ essa conta chega em ca::sa?
OPA O::i?
CLE essa cont/ essa conta chega em CA::sa?
OPA a CONta como... éh vai ser parceLAda no carTÃ::o... vem na tua fatu::ra...
CLE vem na minha fatu:::ra.. ah:::...
OPA I:::sso... vai vir na tua fatu::ra... as parcelas... CERtinha...
CLE uhum... entendi:::...
OPA [SE ele for FAzer um pre/ um presencial... se o X ((nome do neto da cliente)) for fazer um presenciAL...
CLE [( ) ele quer fazer
OPA [ele não vai ter::... ele não vai ter... outro curso gratuito e vai sair por MAis de dois mil reAis um curso... presencial...
CLE [eu sei::...
OPA [porque eu já comecei fazer::... e eu desisti:::... porque éh tava muito CA::ro... e o NOsso cur::so... ele ele tem parceria com o consuLAdo america::no...
CLE hum... aí então quer dizer que... se ele fizer::... não tem problema
OPA [si::m...
CLE [de num chegar a fatura... porque eu tenho medo de não chegar... e e... e:: meu nome suJA::r... e mais tudo... não É::?
OPA NÃO:::... a fatu/ pra chegar na... a senhora vai passar o carTÃ::o... e vai... debitar no seu cartão de cré::dito...
CLE hum... eu vou PAssar o cartão...
OPA [é:::... vai vir DOze parcela no seu cartão naquele valor que eu lhe falei on::tem...
CLE mas eu vou passar esse cartão aON::de?
OPA aÍ a senhora vai passar os DAdos pra mim::... e:: aí a gente vai... vai:::... é enviAr pro cartão... a inFORmação...
CLE ah:: é assim... envia pro cartão...
OPA [I:::sso...
CLE [porque pra mim... pra mim sair de CA::sa... e eu perco mais alguma coisa...
OPA NÃO:: não... não vai precisar a senhora sair de CAsa... a senhora só me conFIRma o número do carTÃ::o... éh::: a data de venciMENto... do carTÃ:::o... o:: código de segurança e como seu nome tá no carTÃ:::o... e qual a bandeira do carTÃ::o... na mesma da hora o cartão aproVAN::do... eu já::... eu já ligo dentro de vinte minutos... já passo pro e-mail dele o link já pra ele começar a estuDA::r...
CLE mas não tem ninguém em casa... não tem ninguém::...
OPA o:::i?
CLE porque hoje não tem ningué::m...

OPA não entendi:::...
CLE [saiu... hoje não TEM ninGUÉM em CA::sa...
OPA ah::... hoje não TEM ninguém em CA::sa?
CLE [não... não tem...
OPA [e:: e sua filha tá aÍ a mãe do X ((nome do cliente))... pra eu explicar pra E::la?
CLE CO::mo?
OPA éh:: a mãe do X ((nome do neto da cliente)) tá aí pra eu explicar a E::la... referente a isso aí... à questão?
CLE [ah não... não tem ninguém nã::o...
OPA cer::to... aí no CA::so... como é o nome da seNHOra?
CLE meu nome é X ((nome e sobrenome da cliente))...
OPA CO::mo?
CLE X ((nome e sobrenome da cliente))...
OPA ô dona... éh:: senhora X ((nome da cliente))... vou lhe cha/ X ((nome da cliente))... pode chamar X ((nome da cliente))?
CLE po::de (...)
OPA [sim X ((nome da cliente))... é o seGUIN::te...
CLE fala...
OPA [Ele já me PAssou TO::dos os DAdos DE::le... ele já me passou
CLE [ahn?
OPA [todos os DA::dos de::le... eu vou confirmar...
CLE [passou...
OPA [vou só reconfirmar com a senhora aqui... só um momento... ele me passou já TOdos os dados... de::le... ficou SÓ:: dele... de me passar SÓ:: a parte do carTÃ::o... ((3”)) deixa eu passar aqui pra senho::ra... aqui os dados óh:: que ele me informou... tudo certinho óh::?
CLE ô meu Deus... o meu cartão ela... deixa eu te falar... eu tenho cartão mas ela (...)
OPA [aí aí no CAso ele já me passou::... X ((nome completo do neto da cliente))... ele já me passou o e-MAIl... já me passou o número do C.P.F.... porque eu já/ já coloquei aqui::... cer::to?
CLE mas como é que eu vou passar o número do CARtão::... eu não tô com o cartão...
OPA [éh:: aí a senhora tem que me passar:: os seus DA::dos...
CLE [não NÃo é menTIra minha... eu não estou com o carTÃO... quem tá com o cartão é e::la... ela comprou até uma sandália pra mim... lá no X ((lugar))...
OPA [AH::: é sua fi::lha... AH::: entendi... então qual seria o horário que ela CHEga?
CLE não sei... acho que hoje ela vai chegar mais ce::do... antes da sete horas ela tá em... ela tá em ca::sa...(...)
OPA [pronto então amaNHÃ de maNHÃ eu posso retornar pra seNHO::ra... então::?
CLE hum...
OPA amanhã no período da manhã::...
CLE no período da maNHÃ::... ahn?
OPA amanhã no período da/... hoje?
CLE [porque... oito horas ela SA::i... e só chega... amanhã talvez ela só vai chegar LÁ pelas dez da noite...VI::u?
OPA NÃO... amanhã eu estou aqui às DEz HOras... oito horas eu não tô aqui na empresa...

CLE não... eu vou conv/ eu vou converSAr com ela... eu digo a ela que só FALta eu paSSAr::... o NÚ::mero do cartão::... (...)
OPA [é:::: o número do carTÃ::o... os dados da seNHO::ra... que a senhora que é a titular do carTÃo pra gente feCHAr... oK? e eu VOu explicar pra ela tamBÉm...
CLE hum... se voCÊ paSSAr um tel/ hum...
OPA NÃ:::o eu vou expliCAr pra E::la... se ela tá com alguma DÚ::vida... se ela quer saBE::r... entenDEu? a tituLAr do cartão é a senhora... né?
CLE sim... eu vou perguntar pra ela se tá aqui...
OPA [é::... aí ele já me paSSOu... tá bom?
CLE [eu não tô vendo o cartão dela não...
OPA ah::: entendi... aí tem
CLE [ela tem um cartão... mais só é da::... comerciAL... da casa ahn lá onde ela fez... viu?
OPA ah::: entendi::... entendi::... senhora X ((nome incorreto da cliente)... ô X ((nome da cliente))... perdão... então amaNHÃ::... umas dez HOras eu ligo e falo com a seNHOra... pode SEr?
CLE que... que HO::ras?
OPA DEz horas... porque eu só vô tá aqui amanhã às dez HO::ras...
CLE NÃo... dez horas não porque::... o o meu fi/ o meu filho... vai olhar lá:: um endereço de uma CA::sa...
OPA sim:::...
CLE [aí ele não... não quer ir sozinho e eu vou com E::le... viu? eu tô... eu não vou nem pedir pra você tentar... mas eu acho que Uma HOra eu tô em ca::sa... viu?
OPA AH:: então amanhã uma hora eu posso ligar pra seNHO::ra?
CLE po::de... pode ligar... então só falta...
OPA [ok...
CLE só FAL::ta o CÓ::digo do carTÃo::? (...)
OPA [É::... a senhora vai me paSSAr o nome do carTÃ::o... o CÓ::digo... o nome da seNHO::ra... como tá escrito no cartão... e a bandeira do cartão... se é X ou se é X ((bandeiras de cartão de crédito))?
CLE sim... eu sei... tá certo... mas minha letra tá feia... mas eu sei como pronuncia...
OPA então amaNHÃ::... uma HOra eu ligo pra senhora... OK?
CLE tá:::... mas eu vou anoTA::r... (...)
OPA eu vou deixar aqui anoTA::do... senhora X ((nome da cliente)... amanhã uma HO::ra... eu falo com a senho::ra...
CLE tá cer::to...
OPA OK? muito obriGAda por sua atenÇÃO::... tenha uma Ótima tarde pra senhora... eu liguei agora porque o X ((nome do neto da cliente)) a/acertou comigo nesse hoRÁ::rio... pra eu retornar...
CLE tá bom... tá bom...
OPA ok... muito obriGA::da... tchau... tchau...
CLE [menina... menina Olha... eu tenho essa intenção de deixar acertado tudo... VIu?
OPA oi é::... eu já acertei com E::le... já peguei TOdos os dados DE::le... a única pendência que tá é o número do carTÃ::o... e os DAdos do carTÃ::o... já pra eu mandar o login pra ele e a senha e disponibilizar o o curso gratuIto que eu falei... OK::?
CLE tá bom...
OPA tá::... muito obriGA::da senhora X ((nome da cliente))... tenha uma boa tarde pra senho::ra...

CLE tá::... pra você também...
OPA [tudo de bom... suCE::sso... boa noi::te... amanhã uma HOra eu retorno o conta::to... tchau... tchau...
CLE tá bom... tchau...

Diálogo 14
Duração: 7’12’’
Cliente: mulher adulta (CLE)
Operadora: mulher adulta (OPA)

OPA alô::?
CLE oi... boa tarde...
OPA boa tar::de... por favor a X ((nome e sobrenome da cliente))?
CLE sim... sou eu...
OPA oi X ((nome da cliente))... é X ((nome e sobrenome da operadora))... aqui da X ((nome da empresa parceira))... tudo BE::m?
CLE da X ((nome da empresa parceira))?
OPA I::sso...
CLE tudo bem...
OPA ah:: que ótimo... éh:::... X ((nome da cliente)) eu tô ligando... referente a um curso que a senhora fez há um tempinho atrás lá no X ((nome da plataforma))... a senhora se LEM::bra?
CLE não... há mu::ito tempo... eu fiz um cursinho no X ((nome da plataforma))... mu::ito tem::po...
OPA i::sso...((riso desconcertado)) éh o que que acontece X ((nome da cliente))? como a X ((nome da empresa parceira)) se uniu agora com o X ((nome da plataforma))... a gente entrou em conTAto... né? estamos entrando em conTAto com os nossos alunos E ex-alunos... para disponibilizar o nosso novo curso de inGLÊ::s... tá::? atualmente a senhora:: tá fazendo algum CUR::so... alguma faculDA::de?
CLE não...
OPA não... tá trabaLHANdo?
CLE tô...
OPA ah entendi... o que que você faz hoje... X ((nome da cliente))?
CLE éh::: auxiliar administrativo...
OPA ah::: entendi... então no CAso esse novo curso X ((nome da cliente))... éh:::... ele é um curso que ele foi desenvolvido... pra brasileiros... então a ideia é que você consiga:: absorver mais e aprender muito mais... dentro desse um A::no... do que os outros tipos de cursos <u>on-LIne</u>... TÁ? e também a gente tá disponibilizando quarenta e dois por cento de desconto... Éh::: a senhora se LEM::bra qual que foi o curso que você fez lá na É::poca ou não ?
CLE éh::: botânica...
OPA botânica... entendi... não... não é na Área que a senhora trabalha HOje... NÉ::?
CLE não...
OPA ((riso desconcertado)) entendi... essa área adm/... a parte administrativa que você trabalha HOje X ((nome da cliente))... já é a sua área de traBA::lho? ou a senhora se formou em alguma outra fac/
CLE [( ) eu não entendi....
OPA a área trab/ a área administrativa que a senhora trabalha hoje... é a área que a senhora::: busCOu ou você pretende mudar de á:::rea?

CLE a área que eu busquei... é a área bioMÉ::dica... né?
OPA [aham
CLE [a área que eu mais busquei...
OPA ah:: entendi... biomedicina... enTÃo... mas a senhora ainda pretende éh::... pretende ainda buscar aí a carreira de biomedicina... NÉ::?
CLE é... mais ou menos...
OPA ((riso desconcertado)) tendi... bom X ((nome da cliente))... a ideia de você poder fazer um curso de inglês on-LIne... é que além dele se adeQUAr aos seus hoRÁrios... é até mesmo algo que vai agregar pro seu currículo... TANto pra essa parte administrativa que você trabalha HOje... QUANto pra área que você quer::... que você pretende aí... tem uma pretensão aí pra trabalhar na miomed/ na::: biomedicina... TÁ::? quanto mais... acho que quanto mais cursos... a gente agrega no nosso cuRRÍculo... isso te ajuda financeiramente... porque isso auMENta:: a sua chance de ganhar um salário maiO::r... que as áreas bilíngues... éh::... ganham MAIs... NÉ::? e até mesmo pra agregar pra você se destaCA::r aí::... por exemplo numa entreVIS::ta e tudo ma::is... esse curso de inGLÊs... X ((nome da cliente))... ele é foCAdo em duas coisas... no caso tem a parte da conversaÇÃO... em::... entrevistas de emprego e viA::gens... então assim... todos os exercícios que você vai faze::r... a maioria deles vai ser volTA::do pra viA::gem... ou pra:: pra parte aí de:::.. pra parte aí de de entrevistas de empre::go... como se porta::r na entrevista de emprego... e o que faLA::r NElas... então é algo realmente pra agregar aí... pra você... TÁ::? X ((nome da cliente))... seus horários hoje... qual que é a sua disponibiliDAde? durante a sema::na... fim de sema::na...
CLE você fala... presenciA::l?
OPA não... não... pra... pra on-LI::ne mesmo...
CLE cê disse que o curso é on-LIne...
OPA [i::sso...
CLE [então como isso de disponibilidade... pode ser em qualquer hoRÁrio... porque ele é on-line... pode ser até meia-noite...
OPA I::sso... ((riso desconcertado)) é::... ele fica disponível pra você durante vinte e quatro HOras por dia... TÁ::? a senhora tem um login...
CLE [tá::...
OPA um loGIN e SEnha... e você pode acessar ele onde você quiSE::r... tá? eu só pergunto... até mesmo por uma questão de:::... por exemplo... ah X ((nome da operadora))... eu fico menos TEM::po... ou tenho um pouco ma::is de TEM::po... porque assim... se você acessar mais vezes e você subir de níveis mais RÁpido... você nem precisa estudar os DO::ze meses... ele VAi acabar AN::tes... porque ele e dividido por MÓ::dulos... então assim você não te::m... a obrigação de:: terminar aquele mó::dulo... por exemplo... como que funciona o curso presenciA::l? ah o primeiro módulo ele dura um MÊ::s... aí ele precisa termiNAr dentro daquele TEMpo... NÉ? no curso on-line NÃO... se você se desenvolver mais RÁpido... você pode acabar AN::tes... e MAIS ainda assim o curso fica disponível pra você doze me::ses... pra você usar o período restante pra agreGAr... TÁ::? e ao término do período X ((nome da cliente))... você tem o::: certifiCAdo... que ele é o único certificado que é reconhecido pelo::... pelo NO::sso::... consulado ameriCAno... TÁ? então você quiser viaJA:::r... porque um di::a de repente aí... pretender morar em um outro paÍs e quiser trabaLHA::r... este certifiCAdo e/ é o que vai te auxiliar aí na parte de entrevistas... TÁ::? é:: em questão de valo::res... X ((nome da

cliente))... esse curso ele esTAva saindo pelo valor de cento e trinta e nove e noventa menSA::l... em doze ve::zes... NÉ? no cartão de cré::dito... como você é uma ex-aluna no X ((nome da plataforma)) e a gente fez a parceRIa... ele:: sai com quarenta e um por cento de desCONto... então fica doze vezes de setenta e nove e noventa no cartão de CRÉdito... pra fazer aí... esse investimento no seu futuro e melhorar o seu currículo... fica bom pra voCÊ::?

CLE não::... no momento... eu não me interesso não...

OPA sim::... mas por quê? seria...

CLE porque pra mim ( ) o mais importante que o currículo... o que eu vou levar... numa viagem lá pro exterior não é muito... não é o meu diploma... é o saber falar

OPA [aham...

CLE se eu aprendi a falar e aprendo a falar... então BASta... (...)

OPA [é:: mas se você precisa...

CLE [( ) não... é o conhecimento... você tem que saber desempenhar bem... a fala... a voz... a comunicação em outro país...

OPA uhum... é mais um certificado ele tem um grande PEso no seu cuRRÍ::culo... né::? principalmente se você buscar uma área bilíngue hoje aqui no BRAsil...

CLE se certificado tivesse valor::... com certeza... eu já:: seria:::... presidente dos EsTAdos Unidos... mesmo sendo brasileira... eu conheço os Estados Unidos...

OPA uhum...

CLE diploma não vale na::da...

OPA entendi...

CLE [o importante é aprender... aprender e busca::r o espaço da gente...

OPA ah::: então no caso a senhora já fala fluENte?

CLE oi?

OPA então no caso a senhora já fala inglês fluente?

CLE NÃo... eu não falo inglês fluente... na verdade eu nem falo inglês... eu falo ou/ outra língua... mas o inglês não...

OPA uhum... uhum... entendi...

CLE ( ) eu não me interesso mesmo... porque... como eu te falei... o importante é aprender... não é:::... ter diploma... isso aí já passou... achar que tem que ter diploma... eu nunca precisei de diploma...

OPA [sim mas... uhum CER::to... então... como a senhora disse... você não:: tem::... você não tem o inGLÊS::... então... pra você aprender você precisa fazer um CURso... precisa fazer alguma COIsa...

CLE [o básico eu tenho... o básico eu tenho... mais isso não vale nada pra mim... a língua que eu... que eu... que eu falo meLHO::r... é a que se fala praticamente no mundo inteiro... e também não me interessa ir pros Estados Unidos... nem pra InglaTE::rra...

OPA aham... é... mais é que o inglês é uma língua mundiAl... NÉ... X ((nome da cliente))? então de repente você vai para um OU::tro país... que tenha uma OU::tra primeira LÍN::gua... com certeza a segunda língua a ser faLAda... vai ser o inGLÊ::s... né? independe... tipo até países que (...)

CLE [o espanhol é a li/... o espaNHOl... é a segunda língua mais falada no mundo...

OPA uhum... bom... então TÁ bom...

CLE [o inglês é mais para os Estados Unidos...

OPA então tá bom... tá entendi::... de qualquer FORma eu fico agradecida então pela sua atenção:::... qualquer coisa é só entrar em contato

conosco... tá BO::m?
CLE tá bom...
OPA briGA::da... boa tarde...
CLE boa tarde...

Diálogo 15
Duração: 4’48’’
Cliente: homem adulto (CL)
Operador: homem adulto (OP)

OP oi bom dia... por gentileza X ((nome do cliente))?
CL Isso...
OP tudo bem contigo... X ((nome do cliente))?
CL tudo JOia...
OP que ótimo X ((nome do cliente)) eu sou o X ((nome do operador))... consultor acadêmico da X ((nome da empresa))... estou ligando para ti X ((nome do cliente))... referente ao caDAStro que você fez na InterNEt para receber informações do nosso curso de inglê::s... e aÍ você já achou alguma esCO::la? já tá estuDAN::do? como é que TÁ::?
CL sim... já achei JÁ...
OP AH você tá estudano com QUAl escola HO::je?
CL na:::... na X ((nome da empresa concorrente))... amanhã mesmo eu estarei indo LÁ... NÉ?
OP ah:: si::m... Ah tudo bem enTÃo...
CL [eu já marquei
OP e/ entendi...
CL [eu já marquei lá JÁ... na::... X ((localização))...
OP [você não se matriculou aINda X ((nome do cliente))?
CL Oi?
OP você já... já tá matricuLAdo com E::les ou ainda NÃ::o?
CL NÃo ainda NÃo... eu vou DAr uma olhada LÁ... vê como é que é... NÉ?
OP Ah::...entendi... X ((nome do cliente))... eu tenho a solução perfeita pra você::... somos nós aqui MESmo... né? da X ((nome da empresa))... estamos lhe disponibilizando
CL [aham...
OP [um curso X ((nome do cliente)) de inglê::s né? onde ele é E.A.D.... ensino à longa disTÂNcia... e você vai ter uma plataforma <u>on-line</u> de estudos onde terá acesso a Ela... ô X ((nome do cliente))... vinte e quatro HOras por DI::a... os sete dias da seMA::na
CL [certo...
OP [ou seja X ((nome do cliente)) qualquer
CL [aham...
OP [dia e qualquer o horário que você entrar na nossa plataforma pra estuDAr... você vai estudar norMAl sem limitação alGUma... X ((nome do cliente)) esse curso ele tem a duração de DO::ze meses... né? um A::no... e ele vai do nível
CL [certo...
OP [BÁsico... meu re::i... até o nível PRÉ-avanÇAdo... o nível pré-avançado
CL [aham...

OP [X ((nome do cliente)) já é o nível de eficiência pu::ra... né? é o nível que quando você chega NEle...
CL [certo...
OP [com certeza você já tá LENdo escreVENdo... e também conversando em inglê::s... aí quais são os níveis de
CL [aham...
OP [estudo que você vai ter aqui conos::co X ((nome do cliente))... o BÁsico... um
CL [hum?
OP [dois e três... o intermediário um e do/... um e dois NÉ::? e o modo... upper... o upper é esse modo pré-avançado que eu lhe disse... quando você chega nele é certeza que já vai tá lendo conversando e também escrevendo inglês... a::...
CL [certo...
OP [aÍ:: X ((nome do cliente))... você vai ter um certifiCAdo também muito FORte no mercado de traBA::lho... viu? hoje X ((nome do cliente)) nós somos a única
CL [uhum...
OP [InstituiÇÃ::o... que tem PARceria e o certifiCAdo com o consulado america::no... tanto X ((nome do cliente)) que nos certificados de nossos aLUnos... vão com um selo de aprovação e qualiDADe do consuLAdo... né? o que TRAz muito mais
CL [aham...
OP [credibiliDAde ao seu cur::so no mercado de traBA::lho... aí X ((nome do cliente))...
CL entendi...
OP [hoje eu consigo lhe dispor éh::: um VOUcher... né? um cupom de desCONto... que vai lhe trazer uma economia de quaRENta e dois por cento com o cur::so... onde você vai ter uma economia aí de setecentos e vinte reais no A::no... X ((nome do cliente))... aí você vai investir apenas setenta e NOve reais e noventa cenTAvos menSAl... que pode ser pago tanto na bandeira X quanto X do seu cartã::o... atualmente qual bandeira de cartão você traBAlha X ((nome do cliente))?
CL com a::: X ((bandeira de cartão de crédito))...
OP com a X? aÍ você
CL [isso...
OP [pagano com o seu X ((bandeira de cartão))... X ((nome do cliente)) eu consigo lhe disponibilizar aINda... trezentos reais de BÔnus... dentro do nosso porTAl... onde você vai poder
CL [aham...
OP [escolher QUAlquer outro curso que QUEira... nós temos mais de mil e quinhentos CUR::sos... X ((nome do cliente))... e todos os cursos têm certifiCA::do... ficou alguma dúvida até aQUI::?
CL não não... tudo cer::to...
OP ah::: baCA::na... aí:::... X ((nome do cliente) (...)
CL [só que eu pretendo pensar um pouquinho priMEiro... entenDEu? que eu tô::: desempregado aGO::ra...
OP enTENdo... X ((nome do cliente))... aí que é aGOra que você... p/ hum... precisa mais que nunca invesTIr... não é verdade? nos seus esTUdos... porque pen::sa X ((nome do cliente))... você tendo o inglês... já faz um diferencial daNAdo aí no cuRRÍculo... né::? e fora X ((nome do cliente))...
CL [isso aí eu sei como é::...

OP [que eu tô disponibilizando pra você uma GRANde economia... né? quarenta e dois por CENto X ((nome do cliente))... setecentos e vinte reais de desCON::to... quase um salário MÍnimo... em vez de você pagar o valor reAl do curso... que é cento e trinta e NOve e noVENta... eu tô investino pra você aí o desCONto... colocano cuPOm... você vai investir apenas setenta e nove e noVENta... X ((nome do cliente)) e fora que você vai tá pagano o melhor... CURso de inglês do BraSIL... como eu lhe DIsse...
CL [aham...
OP [nós somos hoje a única INstituição que tem parceria e o certifiCAdo com o consuLAdo ameriCA::no... nenhuma outra escola
CL [( )
OP [tem aprovação do consuLA::do... nó/ você vai tá fazeno um inglês de resPE::ito... X ((nome do cliente))... realmente você vai faze/ cursar aí com a melhor esCOla...
CL entendi... então eu vo::u deiXAr pra depois ô... porque agora não tô podeno NÃ::o... entenDEu? agora eu não tô com muito interesse não...
OP enTENdo X ((nome do cliente)) poRÉM é o momento de necessiDAde aí que você precisa se apegar MESmo X ((nome do cliente))... e o inglês faz diferenciAl... você trabalha em QUAl área profissioNAl?
CL éh::: mecânica...
OP mecânica?
CL isso...
OP então X ((nome do cliente))... você aí co::m... trabalhano com mecânico... consigo éh:: disponibiliZAr pra você um CURso... até voltado nisso óh? você fazeno inglês... eu posso lhe disponibiliza/ ((ligação encerrada))

Diálogo 16
Duração: 6’08’’
Cliente: homem adulto (CL)
Operador: homem adulto (OP)

CL alô::?
OP alô boa tar::de... eu falo com o X ((nome do cliente))?
CL alô::...
OP O::i... boa tarde...
CL [alô...
OP [tá me ouVINdo? alô::?
CL alô...
OP O::i...
CL quem é?
OP [tá me ouvindo? eu queria falar com X ((nome do cliente))?
CL pode faLAr...
OP X ((nome do cliente))... boa tarde... meu nome é X ((nome do operador))... eu sou CONsultor acadêmico aqui da:::... da X ((nome da empresa))... tudo BEm?
CL O::i? pode repetir por faVOr?
OP meu nome é X ((nome do operador))... eu sou consultor acadêmico da X ((nome da empresa))... tudo bem X ((nome do cliente))?
CL tudo ótimo... e o seNHOr... como TÁ::?
OP que bo::m... tô bem também... graças a Deus... viu X ((nome do cliente))... éh::... recentemente falaram contigo NÉ::? um:: uma atendente aqui... a:::

X ((nome de uma atendente))... falou contigo a respeito de um curso de inGLÊs... tá lemBRAdo... X ((nome do cliente)) ?

CL ((3’)) acho que SI::m... da X ((nome de uma empresa concorrente))...

OP não não da::... da X ((nome da empresa))... curso de inglês da X ((nome da empresa))...

CL sim... pode faLAr...

OP então... o que acontece X ((nome do cliente))? cê:: chegou a ver as informações aí sobre::... esse CURso?

CL NEnhuma...

OP ah:: sim E::la... te passou o investimento do CURso... né? e tudo mais... você se... se recorda do:: do investiMEnto?

CL NÃo... acho que não...

OP se eu não me engano foi no valor de setenta e três reais e vinte e três cenTAvos... tô cer::to? com um cupom de oitocentos reAis que você ganhou de desCONto?

CL Acho que sim.. eu tô lembrando mais ou MEnos...

OP ((risos)) baCAna... bom X ((nome do cliente))... eu queria saber... CAra? que que cê achou desse curso da X ((nome da empresa)) aÍ? é um curso bacana pra você faZEr ?

CL achei interessante...

OP achou interessante? que que faltou pra você feCHAr com a::: atendente X ((nome de uma atendente))... na:: na ligação passada X ((nome do cliente))?

CL O::lha... eu tô analisando outras pro/ propostas de outros cursos... entendeu? aí eu tô:::... vendo qual eu vou escolher aqui pra poder faZEr...

OP tá::: compaRANdo... é I::sso?

CL SIm... tô comparando os que têm...

OP [ahn:: mas você chegou a pesquisar outras esCOlas... X ((nome do cliente))?

CL tô pesquiSANdo ainda... pesquisei mais duas...

OP [ah... que escola você encontrou? boa aí... que que::: que te agradou bastante... X ((nome do cliente))?

CL no moMENto foi a:::... acho que É... X ((nome de uma empresa concorrente))...

OP X ((confirmação do nome da empresa concorrente))?

CL I::sso... que é <u>on-line</u>... é... tá bom?

OP [ah:: sim... é uma escola muito BOa... viu X ((nome da cliente))... não posso desvalorizar uma escola como E::ssa... que tá:: há muito tempo aí no merCAdo... né::? porém você chegou a ver como que é feito o investiMENto... e tudo MAis?

CL cheguei mais ou MEnos...

OP en::tão... que que acontece X ((nome do cliente))? hoje eu TRAgo um curso mais comPLE::to pra você::... que é esse curso da X ((nome da empresa))... que tem uma parceria exclusiva com o consulado america::no... é um desTAque porQUÊ::? cê vai ter mais reconhecimento no mercado de traBA::lho... enTENde? tem todo esse conteúdo <u>on-LIne</u>... tem toda essa plataforma:: personalizada aí pra você poder estudar inGLÊ::s... né::? sem falar que há pouco tempo de duração... né X ((nome do cliente)) eu falo de um CURso que tem a duração de apenas doze MEses... um Ano... onde você tem acesso a três MÓdulos... então cê já sai de um curso como esse faLANdo... LENdo... escreVENdo... sem o menor problema... enTEnde? então é um curso muito comPLEto MESmo... com um valor muito aceSSÍvel... né? ah:::... X ((nome de uma atendente)

CL [sim

OP [ela falou contigo e:::... referente ao investimento de setenta e três reAis e vinte e três cenTAvos... né::? com um desconto que cê conseguiu de oitocentos reAis...
CL faLOu...
OP éh:: o VAlor ficou legal pra você X ((nome do cliente))?
CL FOi... foi isso mesmo...
OP ah:: sim::... mas o::: o investimento... ficou acessível pra voCÊ::? cê achou intereSSANte?
CL MAis ou MEnos... eu tenho que analisar mais outras proPOStas pra poder:::... ver qual que eu vou escoLHEr...
OP bo::m... como essa é uma campanha direcionada pra poucas pessoas... X ((nome do cliente))... e::u vou fazer uma oferta ainda melhor pra voCÊ::... JÁ:: fechar um curso como esse HO::je... tá::? qual que é essa oFERta? éh:::... aLÉm do desconto de oitocentos reais que eu posso trazer pra você hoje no:: no valor do CURso... posso trazer um curso bônus pra você tamBÉm... tá::? então como é que funciona? você fazendo o investimento de um curso como esse através do seu X... do seu X ((bandeiras de cartão de crédito))... éh::... além de você poder parcelar em até doze vezes sem juros nesse CURso... e::u... posso te retornar trezentos reAis... pra quê? pra você ir lá no X ((nome da plataforma))... escolher um curso de sua prefeRÊNcia... né? tu/(...)
CL [MAs esse curso é <u>on-line</u> tamBÉm?
OP I::sso... tamBÉm... fica até meLHOr... né? porque cê POde::... fazer os dois cursos aí no (...)
CL [que ho/
OP [no seu tem::po...
CL [ele não TEm... como é que diz... ele nã/ ele não tem... como é que diz... éh::... ele não é físico NÃo? escola presenciA::l ?
OP [não não... éh:::... esse curso da X ((nome da empresa parceira)) é através do::: portal... né? da X ((nome da empresa))... né? e o outro curso é através do portal X ((nome da plataforma))... X ((nome do cliente))... cê JÁ:::... consultou alguma vez o portal X ((nome da plataforma)) já TE::ve... alguma experiência com:: curso de LÁ?
CL não... nenhuma no moMENto...
OP nenhuma? é intereSSANte pra você... não É? um curso <u>on-LIne</u>? ((2”)) igual assim óh...
CL [sim
OP [hoje
CL [só
OP [no trabalho
CL [só que... tipo assim... eu não pa/ eu não fico mais em CAsa... eu traBAlho... eu não tenho tempo pra:::... pra assisti::r... coisa PRÁtica...
OP [Ah:: enTÃo X ((nome do cliente)) éh:::...
CL [por isso... é o que eu tô falano...
OP [é até mais intereSSANte... né cara... porque assim... cê traBAlha... cê entra a que horas no traBAlho?
CL eu entro MEio-dia e saio às NOve da noite...
OP aí óh (...)
CL [de segunda a domingo... então...
OP [aí fica um pouco::...

CL [eu não PAro...
OP [compliCAdo mesmo... fica uma agenda aperTAda pra você... NÉ::?
CL uhum... deMAis...
OP [POxa.. éh::... esse curso da X ((nome da empresa)) aÍ:: o... e:: o::: curso::... BÔnus... é ideal pra você... porque é on-LIne... então cê vai poder acessar esse curso de lá do seu traBAlho... MESmo... da sua CA::sa quando cê tiver um tempo LI::vre... enTENde? então é um curso muito fleXÍvel... é um curso que ele vai se adaptar aí:: ao seu momento livre... entende X ((nome do cliente))? então poxa...
CL [entendi
OP [cê tá recebeno uma oportunidade baca::na aí de::... poder enriquecer muito MAis o seu cuRRÍculo... se destacar no mercado de traBA::lho... e aí quem sabe até mais pra frente poder realizar viAgens tamBÉm... enTENde?
CL tendi...
OP BOm X ((nome do cliente))... é interessante pra você essa camPAnha... NÉ::?
CL sim eu VO::u... verificar outro curso aQUI::... que é compatível com:::... o memo vaLOr e TA::l... aí eu vejo::... se fecho ou NÃo... pode SEr?
OP bom X ((nome do cliente))... eu posso retornar a ligação pra você HOje? é que como essa é uma campanha direcioNAda... eu falei pra você... NÉ? éh:::.. eu não sei até quando vai continuAr... eSSA:: proPOSta... num:::... num num:: POsso falar pra você que eu vou segurar até mês que VE::m... aTÉ:::... SAbe semana que vem... posso retornar a ligação pra você ainda HOje?
CL POde sim...
OP então tranquilo X ((nome do cliente))... agradeço muito sua atenÇÃo... VIu? tenha um ótimo dia...
CL brIGAdo... tenha uma boa TArde...

Diálogo 17
Duração: 6’
Cliente: mulher adulta (CLE)
Participante: homem adulto (PT)
Operadora: mulher adulta (OPA)

PT alô?
OPA alô... boa tar::de...
PT boa tarde...
OPA por favor... a X ((nome da cliente))?
PT alô?
OPA O::i... a X ((nome da cliente)) se encontra?
PT você quer falar com a X ((nome da cliente))?
OPA X ((nome da cliente))... i::sso...
PT um minutinho que eu vou chamar...
OPA tá bom... briga::da... ((14’’))
CLE o::i...
OPA oi::: X ((nome da cliente))... boa tar::de...
CLE o::i... boa tar::de...
OPA éh:::... eu tô ligando aqui da X ((nome da empresa parceira))... referente um curso que a senhora fez há um tempo aTRÁs conosco LÁ:: no X ((nome da plataforma))... a senhora se reCORda?

CLE sim...
OPA ah:: entendi... X ((nome da cliente))... que que aconTEce? a X ((nome da empresa parceira)) ela se uniu agora com o X ((nome da plataforma))... TÁ::? então a gente tá entrando em conTAto com todos os nossos alunos e ex-alunos... pra disponibilizar esse NOsso novo curso de inGLÊs... tá::? a senhora JÁ... fez algum curso de inGLÊ::s.. já tem alguma BA::se?
CLE fiz::..
OPA já fez? você parou em que nível... ((4'')) BÁ::sico... intermediÁ::rio...
CLE fiz um ano e meio...
OPA fez um ano e meio? provavelmente foi o BÁ::sico... né? éh:: éh foi presenciA::l?
CLE ahn eu fiz na:::... na X ((nome da empresa concorrente))...
OPA ahn entendi... on-LIne... né? se não me enga::no?
CLE aham...
OPA entendi... BOm... X ((nome da cliente))... esse nosso novo curso de inglê::s... ele têm:::... um foco maior na conversaÇÃo... tá? éh::... em questão à conversação... a senhora já::... consegue conversar BE::m ou... aprendeu mais o BÁsico mesmo... lá na:::... no curso?
CLE mais ou MEnos... assim... eu consigo LE::r...
OPA aham...
CLE e:::... faLAr um pouco...
OPA ah entendi...
CLE não tanto... ((risos))
OPA ((risos))... entendi... éh esse curso X ((nome da cliente))... olha só... como que ele funciona... TÁ::? éh:::... a gente fez uma alteração na nossa platafor::ma... então a nossa plataforma... agora ela é uma plataforma... com:::... um:: esquema por exemplo... de um JOgo... então fica mais interessante pra você aprender... você vai su/ você vai subindo de níveis... conforme você vai:::... passando os:: exercícios... TÁ::? então fica mais intereSSANte... como eu disse o foco dele é... a conversaÇÃo... então a ideia é de que você... ouça e consiga entende::r meLHOr as pessoas conversando... e que você consiga conversar melhor também... né? com as pessoas aí no:::... dentro do cur::so... TÁ? e::::::... ele tem... MAis de oito mil exercícios que você vai podê fazer... são oito mil exercícios de VÍdeo... então é vídeos que::... ele vai falar alguma coi::sa... você precisa repetir a pronún::cia... e etc... é um curso BE::m interessante... TÁ:: ? éh:::... me diz uma coisa X ((nome da cliente))... atualmente você está fazendo algum cur::so de alguma coi::sa? uma faculDA::de?
CLE aGO::ra não...
OPA não... mas tá tra/ tá trabaLHANdo?
CLE tô...
OPA tá trabalhando? leGAl... qual que é a área da senhora hoje?
CLE beleza...
OPA ah:: legal... éh::: então X ((nome da cliente))... olha só... esse curso a gente tá com o valor diferenciA::do... você que fez o:::... curso lá na X ((nome da empresa concorrente))... prova/ provavelmente já vai ter uma BA::se aí... de valores... ele esTA::va saindo por doze VEzes de cento e trinta e NOve e noventa... que é o nosso valor origiNAl... TÁ::? éh::: como você é uma ex-aLUna... a gente fez a união... então a gente está disponibilizando um desconto de quarenta e um por CENto... somente pra essas peSSOas... então ele sai pra você... parcelado no cartão de CREdito... em doze vezes de setenta e NOve noventa... tá... pra você melhorar a sua pronún::cia... tendo uma melhor conversaÇÃo... o NOsso diPLO::ma... ele é um diploma que::: ele é:::... certificado aí pela:::... pelo

consulado america::no... tá::? então... se for pra viaJAr... ou:: de repente... busCAr uma Á::rea éh:::... pra/do/do pra trabalhar numa área bilín::gue... for necessário ser bilíngue... esse certificado ele vai garantir isso pra você... tá::? X ((nome da cliente))... atualmente você trabalha com cartão de CRÉ::dito?

CLE tenho...

OPA qual a bandeira da senhora?

CLE o::i?

OPA qual que é a bandeira que a senhora trabalha hoje?

CLE é:: X ((bandeira de cartão de crédito))...

OPA X? tá... pergunTEI por que assim... éh:::... qual a:::... como a gente tá com uma parceria com a X... e a X ((nome de bandeiras de cartão de crédito))... então todos os... os nossos alunos que FAzem o parcelamento aí... no cartão de crédito da X e da X ((nome de bandeiras de cartão de crédito))... a gente também disponibiliza um CUR::so... ou mais né? no caso é um VOU::cher de desconto... de trezentos reAis pra qualquer um dos outros NOssos cursos LI::vres... e pr/ você que já::... cursou aí no X ((nome da plataforma))... sabe que a gente tem basTAN::te curso... então você pode escolher qualquer um DEles... até trezentos reA::is... ou mais de um... e CAso o curso que você escolha... seja maior que trezentos reA::is... você só PAga o valor de difeRENça... então a gente te dá esse VOUcher de trezentos reais de desCON::to... e você além do curso de inglês... também faz mais um curso livre lá dentro do:::... do nosso porTAl... fica bom pra voCÊ::?...

CLE viu... NÃ::o... fica só que:::... agora no moMENto eu tô num período bem conturBA::do... agora eu não consigo senTAr e::: fazer curso...

OPA uhum... entendi...

CLE [éh:::... éh assim... eu gosto de (estudar) ( )

OPA [uhum...

CLE mas eu ago::ra... não consigo MESmo... quando Eu:: der uma::... uma normaliZA::da::... eu entro em conTAto...

OPA aham... tendi... mas é um valor parcelado no cartão de CRÉ::dito... X ((nome da cliente))... então não é ALgo que vai pesar no seu orçaMEN::to...

CLE [não não mas é:::... TEMpo MESmo...

OPA ahn mas é on-LI::ne... ((riso irônico)) você faz na hora que você quise::r... o curso é on-LIne... a plataforma fica disponível vinte e quatro HOras por dia pra você...

CLE aham...

OPA entendeu... se você fizer por exemplo uma hora por seMA::na...

CLE [não... mas aGO::ra... agora eu não consigo mesmo...

OPA aham...

CLE [aí quando der uma normalizada... eu... eu entro em contato daí com você...

OPA entendi... mas tem alguma previSÃ::o... pra você melhoRAr... que eu posso te dar um reTORno::?

CLE não... não tem... não TEm como saber assim... porque agora eu tô BE:::m... bem ocuPAda mesmo...

OPA uhum... tá... vou fazer o seguinte... eu vou te mandar o pa:::/ eu vou te mandar essa proposta por e-MAIl... que aí você vai ficar com meu e-mail salvo LÁ::... aí qualquer coisa... a gente vai conversando por e-mail... pode SE::r?

CLE ok... pode...

OPA tá... o e-mail que eu tenho aqui::... vê se ainda é o MESmo... é X@X... cer::to?

2604	CLE	[é o
2605		mesmo...
2606	OPA	então tá... eu vou te manDAr LÁ e aÍ a gente vai conversando então... tá
2607		BO::m? briGA::da... X ((nome da cliente))... boa tar::de... tchau... tchau::...
2608	CLE	tchau...

Anexo B. Transcrição das ligações de televendas em francês.

CORPUS FRANÇAIS

Dialogue 01
Durée : 5’40’’
Cliente : femme adulte (CLE)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

0001 OPA allô ?
0002 CLE oui... allô::...
0003 OPA madame X ((nom de la cliente)) ?
0004 CLE oul::...
0005 OPA oui::... bonjour madame X ((nom de la cliente))... je suis X ((prénom de la
0006 téléopératrice)) votre conseillère chez X ((nom de l’entreprise))... je me
0007 perMEts de vous contacter madame... c’est juste pour vous informer
0008 qu’on est de passage chez chaque habitant chaque propriétaire de la
0009 régiOn... pour une p’tite vérification au niveau de la consommation
0010 énergéTI::que... afin d’éviter de HAUsses tarifaires dans les mois qui
0011 arrivent... voilà madame moi je vous aPPElle parce que vous aussi vous
0012 êtes concernée de bénéficier de ce conTRÔ::le puisque vous êtes
0013 toujours propriétaire à X... rue X ((adresse)) (...)
0014 CLE [NON... pas du tout...
0015 absolument pas... je ne suis plus propriétaire
0016 OPA [comment ?
0017 CLE [au X... rue X ((adresse))
0018 OPA ah puisque moi l’information que j’aie est que vous êtes propriétaire
0019 madame...
0020 CLE ÉH BEN non
0021 OPA [( )
0022 CLE [eh ben non... voilà::... c’est terminé
0023 OPA [d’accord...
0024 CLE [ça... ((rire jaune)) voiLÀ:: ?
0025 OPA [c’est terminé...
0026 d’aCCORd... en tous les cas je CHERche votre nouvelle adresse... je
0027 vous raPPElle madame... merci (...)
0028 CLE [ah bah je:: je peux vous la donner... si vous voulez::...
0029 OPA d’aCCORd...vous êtes toujours sur X ((ville)) mada::me ? ou bien pas ?
0030 CLE [NON...
0031 je suis sur X ((ville))...
0032 OPA X ((ville))... d’a::ccord... je man/ je peux avoir votre:: votre adresse...
0033 maDAme ?
0034 CLE euh::: oul... mais vous êtes QUI:: en fait... exacteMENt ?
0035 OPA C’EST X ((nom de l’entreprise)) maDAme... c’est X ((nom de
0036 l’entreprise)) c’est le nouveau NOM
0037 CLE [oui::...
0038 OPA [de X ((ancien nom de l’entreprise))...
0039 CLE [oui::...
0040 OPA [( )...
0041 CLE oul::... bah euh::... attenDEZ::... euh::: calmez-VOUS HEin ? euh::: je
0042 peux... quand même (...)
0043 OPA [MOi j’suis CALme... d’accord ?

CLE [NOn NOn... oul::... d'aCCORd... mais vous avez l'air excédée parce que je vous demande qui vous ê::tes... MAIs::... euh::..

OPA [ah non NOn:: du tout... parce que moi... j'étais

CLE [bon

OPA [tranquillement en train de

CLE [non MAis attenDEz

OPA [dire le le voilà je propose

CLE [moi je moi je... je ne suis PAs

OPA [( ) peut-être...

CLE [je ne suis PAS... à X ((nom d'une compagnie d'électricité)) moi... je:: je suis euh:::

OPA [( )

CLE [voilà... je je je j'ai j'ai pas pris un abonneMENt... euh::: chez vous... bon donc alors je ne suis pas concernée...

OPA [madame... je vous aPPElle PAS parce que vous êtes cliente chez nous maDAme... NON... nous on est...

CLE [NON ?

OPA [nous on est... NON... non c'est pas pour ça madame... non... NOUs on est::...

CLE [AH::..

OPA [on est de passage... NOn c'est PAs parce que vous êtes cliente chez nous... parce que nous... ont est de passage chez chez chez TOUs:: les consommaTEUrs maDAme... donc

CLE [AH:::

OPA [que vous soyez chez NOUs... ou bien chez un AUtre fournisseur... vous êtes biEN:: concernée madame parce que nous...

CLE [AH::...

OPA [on A été choiSIs:: PAR rapport à la QUAlité du travai/ de nos ag/ de nos ja/ nos agents... pardon...

CLE [d'aCCORd... okey... bah c'est déJÀ compliqué::... vos affaires... d'aCCORd... O::key... bon (...)

OPA [NOn NOn... au conTRAI::re... c'est TRÈs TRÈs simple maDA::me...

CLE NOn::... mais PAs pour MOI... ((rires))

OPA [déjà mon... ((rires))

CLE [BON::

OPA [d'accord je peux

CLE [alors donc... vous voulez

OPA [là j/

CLE [même trouver l'aDREsse ?

OPA oul... s'il vous plaît...

CLE [( ) il faut absoluMENt que vous fass/que vous fassiez ce conTRÔ::le ?

OPA OUI:: maDAme... OUI...

CLE bon... bon... eh alors...

OPA [voilà...

CLE [vous vous vous passez QUANd chez moi aLORs ?

OPA donc... deMAIn... deMAIn on est le VENdredi... donc pour une p'tite trenTAIne de minutes... vous préfériez le maTIN ou bien l'après-midi ? ça va pas durer longtemps

CLE [ah ben:::...
OPA [comme vous voyez non ? on s'est (...)
CLE [et et et ça dure combien de TEMps ?
OPA une p'tite trentaine de minutes... trente à quarante minutes grand maximum parce que le technicien il va Analyser avec vous vos factures pour savoir est-ce que vous êtes dans les normes ou bien vous payez CHEr ?
CLE [oui... MAIs attenDEZ::... moi je VIENs de déménager... donc ça veut dire que:::... des des factures... j'en ai pas enCOre...
OPA AH... vous n'avez
CLE [hein ?
OPA [vous n'avez... vous l'a/ vous les avez PAs::... d'accord... y a pas de souci... en tous les cas notre technicien il va faire son travail... il va vérifier avec vous:: donc il va partager avec vous des informations et des astuces pour ne PAs payer CHER dans le mois qu'arrivera
CLE [AH::...
OPA [et ça c'est le plus important maDAme... parce que j'sais pas si vous êtes (...)
CLE [et et c'est payANt ÇA:: ?
OPA NON::... c'est gratuIt::: maDAme... c'est gratuIt::... nous on est de/...
CLE [BOn:: ?
OPA [eh non... Comme COmme je viens de vous DI::re... on est de passage... nous nous sommes DÉJà mandatés par la FÉdération du gaz et de l'électricité en France pour mener cette camPAgne... suIte à
CLE [d'accor::d...
OPA [l'augmentation qui va être appliquée... aujourd'huI::... donc y aura
CLE [oui::...
OPA [une augmentaTIon de deux pour cent maDAme...
CLE hm hm... je sais oui::...
OPA [vous êtes déjà au courant? VOI::là VOIlà::... donc c'est pour ÇA qu'on est de passage maDAme... pour sensibiliser les GENs... pour::... orienter les GENs... comme ça y aura PAs des augmentaTIons... et le plus important... que vous aurez votre compte renDU:: bien détaillé madame qui est oFFERt...
CLE hm hm... d'accord... d'accord... d'accord...
OPA [d'aCCORd ? donc c'est pour ça madame... qu'on est de pa::ssage... aLORs donc... donC... j'peux aVOIr votre... votre nouvelle aDREsse ? parce que je crois qu'ils m'en ont transmis:: le:: ( )... voilà:: j'ai presque fini pa/...
CLE [non bah oui::... parce que:: voiLÀ... donC::...
OPA [oui...
CLE [c'est à X ((ville))
OPA X ((ville))
CLE [X rue X... ((adresse))
OPA X... ru::e ?
CLE X...
OPA X...
CLE X... X-X-X ((épellation de la rue))...
OPA X-X... X... voilà... c'est X... à X ((confirmation de l'adresse))... d'aCCORd ? aLORs voilà... dites-moi madame... s'il vous plaît... euh:: donc... pour deMAIn une p'tite trentaine de minutes vous et monsieur... vous préfériez le maTIn ou bien l'après-miDI:: ?

CLE ben euh:::... le maTIn... ça va être peut-être... ou alors le matin à partir de quelle HEUre ?
OPA de dix heures... le premier rendez-vous c'est à dix heures...
CLE AH bon... d'a::ccord... alors... donc:: dix heures c'est pas poSSIble... euh:::... ben alors::...
OPA [je
CLE [j'sais pas...
OPA [la matinée est
CLE [ou début de l'après-midi:: alors...
OPA oui:: ( )
CLE [et ah... et l'après-midi... c'est à quelle HEUre ?
OPA le premier rendez-vous c'est à dix heures ah... PARdon... c'est à quatorze heures... l'après-midi...
CLE ben à quatorze heures aLOrs...
OPA quatorze heures donc... monsieur sera avec vous à quatorze HEUres ?
CLE ou::i...
OPA d'accord... alors madame... si vous me permettez j'ai quelques ques/ (...)
CLE [euh ah euh quoi... que qu'est-ce... qu'est-ce que vous me DItes LÀ?
OPA euh d'accord... donc... vou/ ah normalement vous êtes combien de consommaTEURs à la maison ?
CLE euh::... je je::... euh:: c'es/ une perSOnne...
OPA Une personne... d'accord... d'accord...
CLE ouAIs::...
OPA aLORs... dites-MOI madame s'il vous plaît... j'ai quelques p'tites questions à vous poser rapidement c'est juste pour actualiser votre dossier... donc en fait... ce sont des informations pour... euh faciliter la tâche à notre aGENt... ça fait combien de temps que vous êtes à::... à X... rue X... ((adresse)) vous m'a/ vous vous... vous::... venez de déménager... c'est bien ça ?
CLE [oui six MOIs...
OPA six mois... d'accord... et votre maison elle a quel Â::ge ?
CLE de QUOI:: ?
OPA VOTRE maiSON... la maison... elle a quel âge ?
CLE ben là où j'habite actuelleMENt ?
OPA OU::i...
CLE ah bah::: euh:::: elle a quel Â::ge ? elle a:: elle a::: elle a six MOIs... ((rires)) j'sais pas quoi vous dire... moi:: non...
OPA [AH... elle a... AH c'est une nouvelle construcTION ?
CLE VOI::LÀ...
OPA AH::: d'a::ccord... d'a::ccord... parce que:: (...)
CLE [aLORs vous croyez que c'est vraiment néceSSAIRE... que votre technicien vienne ?
OPA [ah oui::... NOn... maDAme... parce c'est un contrôle pour les maisons de dix ans et plus::... mada::me...
CLE AH AH BAH... vous auriez pas pu me le dire au déPARt ? ((rires))
OPA [((rires))
CLE ça aurait été plus SIM::ple... j'aurais pas perdu du temps... vous non plus::...
OPA ben... y a pas de souci... en principe...
CLE [bon... et bah aLORs... donc voilà
OPA [( ) madame... A::llez... au revoir...
CLE au revoir... merci...
OPA au revoir... merci à vous...

Dialogue 02
Durée : 3’36’’
Client : homme âgé (CT)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

0208 CT A::llô ? oui...
0209 OPA oui::... bonjour... monsieur X ((nom du client)) ?
0210 CT bonjour... oui::...
0211 OPA oui... bonjour monsieur... je suis X ((prénom de la téléopératrice))...
0212 CT [voilà...
0213 OPA [votre con/ bonjour... je suis X
0214 ((prénom de la téléopératrice))... conseillère chez X ((nom de
0215 l’entreprise))... je me permets de vous contacter monsiEUr... c’est juste
0216 pour vous informer qu’on est de passage chez chaque habitant chaque
0217 propriétaire de la régiOn... pour une p’tite vérification au niveau de la
0218 consommation énergéTIque... afin d’éviter de HAU::sses tarifaires dans
0219 les mois qui arrivent... donc:: voilà monsieur vous aussi vous êtes
0220 concerné de bénéficier de ce:: contrôle... puisque vous êtes toujours
0221 propriétaire X boulevard X ((adresse))... donc vous n’avez pas
0222 CT [oui::...
0223 OPA [changé
0224 toujours pas... voilà (...)
0225 CT [mais quand même G::: GDF c’est bien le GAz ?
0226 OPA oui.. oui... le gaz et l’électr/ (...)
0227 CT [ben je n’ai pas de/ je n’ai pas de GAz...
0228 OPA [oui::... mais ce/ ah un insTANt
0229 s’il vous plaît... c’est pour le gaz et l’électricité d’ailleurs... on n’est pas là
0230 POUr:: voilà... pour le GAz... mais c’est un conTRÔle général pour tous
0231 les... voilà tous les consommateurs de la région... que vous avez le gaz
0232 ou que bien vous avez l’électricité... vous êtes concerné monsieur...
0233 d’aCCORd ? donc...
0234 CT [euh::: je suis pas sûr... allez-y::...
0235 OPA d’accord... donc (...)
0236 CT [mais comment vous/... vous me téléphonez d’où:: là:: ?
0237 OPA DONc je vous aPPElle de notre gran/ grande plate-forme à X ((ville))...
0238 monsieur...
0239 CT à X ((ville)) ?
0240 OPA [d’accord... oui::... voilà... c’est c’est la grande... plate-forme de:: de::
0241 X ((nom de l’entreprise))... d’aCCORd ?
0242 CT allez-y::
0243 OPA [voilà monsieur co/... voilà comme je viens de vous dire monsiEUr...
0244 donc le technicien il n’est pas là pour vous demander de changer quoi
0245 que ce SOIt... vous vous allez rester comme vous êtes avec les::: ce que
0246 vous avez::... mais c’est un passage général comme je viens de vous
0247 dire suite à l’augmentation qui va être appliquée aujourd’hui... donc le
0248 premier décembre y a une application de deux pour cent... d’accord ?
0249 vous êtes déjà au couRANt ?
0250 CT non... donc allez-y::...
0251 OPA [voilà...
0252 CT [continuez... mais faites VIte parce que j’suis en
0253 rendez-vous... donc je peux pas vous:: ( )
0254 OPA [D’Accord...
0255 CL [pendant un quart d’heure
0256 hein ?

OPA d’accord... ben
CT [hein ?
OPA [voiLÀ:: donC... je:: disais moi tout ce que je peux vous Dire monsieur... que notre technicien il se présentera officiellement chez vous pour vérifier avec vous... est-ce que vous êtes dans les normes ou bien vous aussi vous payez CHEr par rapport à ce que vous consoMMEz ? en PLUs il va partager si vous êtes dans les normes il va vous confirmer ça... sinon s’il voit que vous payEz un petit peu cher par rapport à ce que vous consommez.. déJÀ il va... il va vous::... voiLÀ... il va vous aider à diminuer votre facture sur place bien sûr sans faire de modifications sans faire de changeMENts... donc il va partager avec vous des informations et (...)
CT [parDOn... le rendez-vous:: le rendez-vous:: est QUANd... parce que je peux PAs:: là je peux plus:: oui...
OPA [d’accord... AH d’acc... donc deMAIn... demain monsieur... le vendredi... on est le deux décem::bre... pour une
CT [oui...
OPA [p’tite trentaine de minutes... vous et madame... vous préfériez le maTIn ou bien l’après-midi ? parce qu’il peut pas prendre beaucoup de votre temps... il a d’autres::.. il a d’autres::... voilà particuliers à visiter... donc c’est à vous de me dire soit le ma/(...)
CT [aLORs... de/demain matin huit HEUres...
OPA NON... y a pas de huit heuREs... le premier rendez-vous c’est à dix HEUres monsieur...
CT oh là là... mai::s vous êt/ vous êtes de vrais fonctioNNAIres hein:::?
OPA ah oui ((rires))...
CT [à GDF hein ? euh:::... le premier bah à dix heures au haSARd... si on n’est pas là il verra bien... hein? euh:::
OPA [NON... NON non s’il vous plaît... ça passe PAs comme ça... si vous êtes là vous allez me dire à dix heures vous serez LÀ::... siNON on peut:: on a d’autres créneaux monsieur... y a onze heures TRENte... y a quatorze heures (...)
CT [non... mais après j’suis plus là... après j’suis plus là... donc
OPA [d’accord...
CT [c’est quoi une demie-heure d’entreTIEN ?
OPA ah oul... TRENte à quarante minutes qu’on recommande...
CT [donc... donc DIX heures mais... di/ dix... dix heures précises... hein? s’il vous plaît... parce que après (...)
OPA [NOn... dix heures... dix heures zéro zéro il sera devant votre porte... est-ce que maDAme elle sera avec vous à dix HEUres ?
CT euh:: ça je peux pas vous le confirmer... mais j’essaierai parce que... quelle est... quelle est l’imporTANce ?
OPA D’Accord je vais vous expliquer l’importance... parce que madame elle est (...)
CT [mais je je je peux plus aTTENdre... pourQUOi ma/ pourquoi voulez-vous que mon épouse SOIt LÀ:: ?
OPA [OH LÀ LÀ::... s’il vous PLAÎt... si vous êtes PREssé c’est BON monsieur... parce que moi je je peux PAs... je peux PAs::... VOUs... vous êtes preSSÉ et MOI je DOIS... absolument vous vous vous... BIEN vous expliquer de quoi il s’agit monsieur... parce que la la présence de madame... s’il y a un COUple dans la maison... la

présence de madame... il est... obligaTOIre parce qu'elle est consommatrice avec VOUs::... et notre technicien il va partager avec vous... donc il va vous donner plus d'in/(...)

CT [OH LÀ LÀ... c'est compliqué... bon bah écouTEZ... on on s'aRRÊte LÀ::... donc dix heures demain matin et mon épouse

OPA [NON NON...

CT [j'espère qu'elle sera là... MERci

OPA [NON... je p/

CT [beaucoup... au revoir...

OPA Y AURA PAS DE RENDEZ-VOUS... C'EST BON/ ((il raccroche))

Dialogue 03
Durée : 1'19''
Client : homme âgé (CT)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

CT A::llô ? allô ?

OP [oui... monsieur X ((nom du client)) ?

CT oui...

OP ben alors... monsieur X ((nom du client))...

CT [je vous écoute...

OP oui::... c'est:: euh monsieur X ((nom du téléopérateur))... du groupe X ((nom de la société))... je vous avais appelé hiEr monsieur X ((nom du client))...

CT pour quoi faire?

OP [pendant la campagne qui avait été faite sur X ((ville))...

CT oui... mais::... oui

OP [voilà...

CT [mais... j'ai répondu un peu à:: quelques questions là... et puis...

OP [VOI::là...

CT [y a des sommes et je suis pas vraiment concerné moi... vous savez... j'suis à la retraite et ( )...

OP EUH::... bah NOn... bien sûr que non... c'est pas

CT [si...

OP [parce que vous êtes à la retraite... que c'est (...)

CT [MAIs qu'est-ce que vous allez me poser comme question LÀ... vous me cherchez pourquoi ?

OP [alors... alors... justement...

CT [oul...

OP [je vous ai appellé monsieur X ((nom du client)) pour vous dire donc déJÀ:: que la campagne est tout à fait favorable sur X ((ville))... d'accord ? ce qui

CT [oui

OP [nous a perMIs de débloquer notre budget publicitaire pour sélectionner entre quatre et sept faMIlles... qui vont pouvoir diviser par deux ou plus::... LEUr facture d'énergie notamment d'électricité ou de gaz... d'accord ? sans que cela ne l' [sic] implique

CT [oui

OP [monsieur X ((nom du client))

0359 CT [mais c'est c'est... oui d'accord... mais
0360 pour ça... ça me... ça m'mplique à quoi moi là?
0361 OP ah ça vous implique rien du tout... déjà monsieur X ((nom du client))
0362 avant de
0363 CT [si::...
0364 OP [voir si ça peut vous impliquer à quelque CHOse il faut voir si vous
0365 répondez aux critères de présélection donc j'avais (...)
0366 CT [non non... je réponds
0367 pas aux critères de sélection... non non... alors... arrêtez... je réponds
0368 pas à auc/... j'ai fait::... j'ai j'ai::: j'ai:: j'ai fait plaisir au gars qui faisait
0369 l'enQUÊte et ça suffit... je vous remercie... au revoir... ((il raccroche))

Dialogue 04
Durée : 5'31''
Cliente : femme âgée (CLE)
Téléopératrice: femme adulte (OPA)

0370 OPA allô ?
0371 CLE oui::...
0372 OPA oui madame X ((nom de la cliente)) bonjour... c'est
0373 CLE [oui...
0374 OPA [madame X ((nom
0375 de la téléopératrice)) à l'appareil... euh je vous aPPElle vous-aussi c'est
0376 pour vous prévenir (...)
0377 CLE [qui c'est? ce sera pour quoi ?
0378 OPA [c'est madame X ((nom de la téléopératrice)) euh je
0379 c'est... je vous exPLIque... y a une campagne d'information qui est
0380 nationale là en ce moment sur X ((ville))... et:: j'appelle tout le MONde...
0381 donc j'suis la secréTAIre pour prévenir c'est une information sur
0382 l'arthrose et c'est pour les gens retraités de X ((ville)...
0383 CLE oui::...
0384 OPA est-ce que ça vous concerne vous... les problèmes articulaires ?
0385 CLE plus ou moins... comme tout le monde...
0386 OPA ouais... bon malheureusement oui... c'est VRAI...
0387 CLE ((rires))
0388 OPA [ah parce que::... là y a::... un conseiller santé là... monsieur X ((nom du
0389 conseiller))... qui est là pour:: sensibiliser les GENs sur les
0390 médicaments... alors...
0391 CLE [hm hm...
0392 OPA [j'entends par LÀ:: tout ce qui est DoliPRA::ne... euh::
0393 paracétaMOl... anti-flammaTOIres... vous voyez vraiment les choses
0394 pour les douLEUrs...
0395 CLE hm hm...
0396 OPA [et puis il parle aussi des problèmes de soMMEil...
0397 CLE hm hm...
0398 OPA [est-ce que vous avez ce genre de souci aussi... vous ?
0399 CLE bah:: peut-être oui aussi::... sûrement ((rires))...
0400 OPA ouais... vous prenez pas de cachet:: pour ça quand même ?
0401 CLE SI::...
0402 OPA AH... c'est pas bien HEin ? il faut faire attention...
0403 CLE [c'est::: mais c'est notre obligation qu'on
0404 fasse un traitement...
0405 OPA BAh j'sais bien... quand on peut pas on peut pas... euh si c'est PAs

indisCREt... pour vous situer... vous avez quel Âge vous:: ?
CLE soixante-huit...
OPA AH:: vous êtes toute JEU::ne...
CLE ((éclat de rires))
OPA [AH BAh ouI::... QUANd même... vous faites partie des jeunes
CLE [ah bon ?
OPA [retraitées
LÀ::... hein:: ? ((rires))
CLE [((rires)) oui oui... ça fait déjà huit ans...
OPA [hein? quand MÊme ? ah BEn:: oui... ça
passe VI::te... HEIn ?
CLE ( ) je n'vous le fait pas di::re... c'est ce qui (...)
OPA [ouais... c'est ce que::... les
GENs disent toujours ÇA::... on attend on attend la reTRAIte et une fois
qu'elle est LÀ... ça fi::le... très très vite hein ?
CLE très très vite...
OPA [euh::...
CLE [et:: et sans... sans pr/ sans compter les problèmes de:: de
santé aux alentours ((rires))...
OPA ouAIs... malheureusement oui... ça nous crève tout autour... euh au
niveau articuLAIre... vous avez mal au dos:: ou mal aux g'noux vous:: ?
CLE AH non non non... non non... non non...
OPA pas de douleurs articuLAIres... en FAIt ?
CLE non non... non non... non non...
OPA [non... vous c'est le problème de sommeil...
quoi ?
CLE vo/ voilà... tout à fait...
OPA HEin ? euh:: est-ce que vous êtes une DAme de nature anxieuse ou
stressée ?
CLE TRÈs stressée... par bah... par obligation d'une certaine manière quoi ?
OPA oui... vous avez un::: un entourage:: pas facile
CLE [oui...
OPA [quoi... on va dire...
CLE tout à fait...
OPA d'accord... et votre éPOUx:: ?
CLE ah non... j'suis toute seule...
OPA AH vous êtes VEUve ?
CLE uhn oui... on peut dire... ça va (...)
OPA [ah bah... excusez-moi...
CLE ça va faire deux ans...
OPA d'accord... excusez-moi... je savais pas hein ?
CLE [voilà quoi... deux/ deux ans le dix-huit là...
OPA déCEMbre ?
CLE oui...
OPA AH... d'accord... oui c'est pas facile quoi...
CLE NOn... c'est pas facile...
OPA [quand ça arrive dans les... dans les périodes comme ÇA...
c'est jamais évident hein ?
CLE non... tout à fait...
OPA c'est jamais évident... et vous PREnez du coup les cachets depuis non...
c'est ÇA:: ?
CLE oui... tout à fait... oui...
OPA [ouais ouais donc... c'est logique hein:: ? c'est logique...
CLE [parce que je n'peux pas
m'en passer... non non... y a rien à faire malheureusement...

OPA [qu'est-ce que... qu'est-ce que vous prenez comme cachet LÀ?
CLE de la zoplicone...
OPA zopliCOne ?
CLE oui...
OPA [et vous en prenez UN ou deux par SOIr ?
CLE AH non non non::... là j'essaie de diminuer j'en prends qu'un demi... mais je prends de:: de l'euphytho::se... comment je vais dire euh:::... des des plantes... che/chez
OPA [oul::...
CLE [de chez le pharmacien... uhn...
OPA bon... déjà c'est biEn::... vous avez une bonne réacTIon parce que c'est vrai
CLE [uhn...
OPA [qu'il faut diminuEr... parce que c'est un...
CLE [bah oui...
OPA c'est un sevrage hein ? qu'il faut vous faire faire hein ?
CLE [ah bah... ah bah… je sais tout à fait... tout à FAIt...
OPA hein ? et puis PRENdre des plantes à côTÉ ça peut vous AIder... aLORs par contre... euh::: l'euphytose c'est biEN... hein:: ? mais euh::... arriver à un certain Âge... bon vous savez qu'on est euh:: qu'on a besoin de plus de CHOses quand on prend de l'Âge... c'est norMAl hein? le manque de::...
CLE [hm hm... hm hm...
OPA [d'un tas de CHOses... euh:: l'euphytose c'est pas assez effiCAce... euh:: pour des gens de votre Âge... tout ce que vous avez en plus encore en ce moment est un cachet pour dormir... hein ? de l'allopathie
CLE [uhn...
OPA [hein ?
CLE hm... hm...
OPA [donc en fait... no/ nous... si vous voulez... euh:: monsieur X ((nom du conseiller))... il a une occurrence... il est là justement pour:: parler des PLANtes... hein ? parce que les gens
CLE [uhn...
OPA [reviennent de plus en plus à ça... de toute faÇOn... et lui (...)
CLE [bah oui... mais malheureuseMENt toutes ces choses LÀ euh::... on est obligés de de payer de notre POche... et moi je n'en ai pas les moyens... voilà...
OPA ouAIs... bon là si vous voulez (...)
CLE [déjà l'euphytose... l'euphytose:: euh::: bon ça ça me coûte:: bah::... sept euros euh::... par mois à vrai dire entre guilleMEts... avant c'est pareil je prenais du Plas/Piasclédine qu'un médecin
OPA [oul::...
CLE [m'est/ m'avait prescrit (...)
OPA [et c'éTAIt pour l'arthrose ça ?
CLE ou/ tout à FAIt::... mais j'ai
OPA [ouais..
CLE [arrêté:: faute de moyens... voilà... on est touJOUrs bloqués par l'argent...
OPA AH oul::... ça vous a... à ce point-LÀ:: ?
CLE ah ah bah...

0516 OPA [vous avez vraiment une toute petite reTRAIte...
0517 CLE ah bah... tout à FAIt... j'ai travaillé quarante ANs et j'ai pas mille euros
0518 par MOIs:: hein ?
0519 OPA ah oui... dis donC...
0520 CLE alors donc::... je je compte je compte je com::pte il y a des choses que...
0521 j'aimerais bien me payer entre guilleMETs pour la sanTÉ::... et:: je je ne
0522 peux pas... je ne peux pas...
0523 OPA mais vous avez pas la réversion de votre maRI:: ?
0524 CLE ah non NOn j'étais pas mariée...
0525 OPA AH:: OUI... d'accord... bah ça... effectivement hein ? c'est pas::... c'est
0526 c'est pas facile... ouais:: donc faute de moyens vous ne pouvez pas vous
0527 soigner comme vous voulez quoi...
0528 CLE voilà... tout à fait...
0529 OPA AH::... ça c'est pas facile...
0530 CLE mais non... c'est pas facile...
0531 OPA et MÊme les
0532 CLE [ça serait...
0533 OPA [sept euros que vous mettez tous les MOIs ça vous::... ça
0534 vous est dur aussi quoi... l'euphytose...
0535 CLE [alors... moi j'ai que deu/ si mais tout payÉ::... mon loyEr
0536 et tout... il me reste même pas deux cents euros par MOIs... je compte...
0537 je compte... je compte...
0538 OPA sans nou/ sans compter la nourriture et TOUt:: ?
0539 CLE AH MAIs tout à fait... tout à FAIt...
0540 OPA OH là LÀ:::... c'est teRRIble... hein?
0541 CLE MAis oui oui::...et là
0542 OPA [c'est terrible...
0543 CLE [et je vous ai Dit::.. j'ai travaillé quarante ans hein ?
0544 j'aurais pas travaillé
0545 OPA [ouais...
0546 CLE [quarante ans... j'sais pas ce que j'aurais hein ?
0547 OPA ah... c'est pas facile... il faut à la limite
0548 CLE [non...
0549 OPA [gagner au loto quoi ?
0550 CLE ouI:: bah::...
0551 OPA [bah ( )
0552 CLE [j'aimerais mieux mettre de l'argent dans autre chose... ou me
0553 le garDEr pour me payer de quoi manger HEin ?
0554 OPA ouI:: bah je me doute... je me doute... (...)
0555 CLE [ouais mais c'est deux euros
0556 pour mettre toutes les s'MAInes... bon deux euros::... euh:: en/ entre
0557 guilleMEts... ça fait pas beaucoup mais ça fait beaucoup quand on... on
0558 n'a pas quoi ?
0559 OPA oui oui... non mais c'est SÛr... c'est sûr...
0560 CLE oui..
0561 OPA OUi:: donc je vais pas vous embêter avec ça... est-ce que ça va plus
0562 vous::... euh vous:: chagriner qu'autre chose parce que c'est vrai que les
0563 plantes ça a un coût hein ? de toute façon... on a MÊme (...)
0564 CLE [ah bah oui... voilà::...
0565 OPA voiLÀ... même si on vous DOnne de bonnes adresses par rapport au
0566 prix... ça va vous freiNEr... donc c'est pas la peine de vous écoeurer
0567 plus... quoi...
0568 CLE non... tout à fait...
0569 OPA [hein ? voiLÀ...
0570 CLE [tout à fait...

0571 OPA [hein ?
0572 CLE [voiLÀ::...
0573 OPA [bon bah écouTEz... excusez-MOI... bon
0574 couRA::ge...
0575 CLE de rien... au revoir...
0576 OPA au revoir::...

Dialogue 05
Durée : 8’18’’
Cliente : femme âgée (CLE)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

0577 CLE oui...
0578 OPA a/ allô ?
0579 CLE oui...
0580 OPA madame X ((nom de la cliente)) ?
0581 CLE oul::...
0582 OPA oul::... bonJOUr... c’est madame X ((nom de la téléopératrice)) à
0583 l’appareil... je vous aPPElle très rapidement... madame X ((nom de la
0584 cliente)) parce qu’il y a une information euh:: sur la santé offerte aux
0585 personnes de X ((ville)) cette semai::ne... euh je vous explique j’suis la
0586 secrétaire de madame X ((nom de la conseillère)) hein ? c’est une DAme
0587 de X ((ville))... elle est chargée de donner des conSEIls sur les::
0588 problèmes de soMMEil... mais surtout
0589 CLE [oui...
0590 OPA [sur les douleurs d’arthro::se... vous
0591 savez... le problè::me de dos...
0592 CLE [oui:::...
0593 OPA [par exemple... est-ce que malheureusement
0594 vous en souffrez vous madame X ((nom de la cliente)) ?
0595 CLE j’suis/ je suis pas exceptionnelle HEin ?
0596 OPA AH... ((rires)) vous voulez... vous voulez dire qu’y a beaucoup de gens
0597 qui en sou::ffrent...
0598 CLE oui..
0599 OPA oui... c’est pas faux... c’est pas faux... c’est où que vous avez MAl...
0600 vous ? mal au DOs::... au geNOUx:: ?
0601 CLE GE::noux...
0602 OPA AH les geNOUx... oh::... ou c’est que vous avez peut-être fait un
0603 métier... euh::... dur::... physiquement...
0604 CLE [BAH:: oui... bah oui c’est évident.. justeMENt j’ai pas mal
0605 de ( )
0606 OPA oui...
0607 CLE [( )
0608 OPA oui... vous avez piétiNÉ ?
0609 CLE oui...
0610 OPA ah bah voiLÀ::... donc ça y fait aussi... et qu’est-ce que vous prenez pour
0611 votre genou::... du coup... des anti-douLEURs ?
0612 CLE ah bah... j’ai:: comme de:: de la pommade... euh::: pas mal de:: truC...
0613 OPA d’accord... on vous parle PAs d’opéraTIon ?
0614 CLE ah non non...
0615 OPA non ?
0616 CLE non non... mais
0617 OPA [vous ave/... vous avez jamais fait d’infiltration... des choses

comme ça:: dans le genou ?
CLE si...
OPA ah si quand même... ça a été effiCAce ?
CLE OUi...
OPA d'accord... d'accord...
CLE ( )
OPA [ça fait longtemps que vous souffrez de ce genou LÀ:: ?
CLE ça fait... uhn::... cinq six Ans... au moins...
OPA AH ou moINs ? ah d'accord vous n'avez pas l'air âGÉe... vous avez quel Âge pourtant madame X ((nom de la cliente)) ?
CLE soixante dix-sept...
OPA AH:: vous le faites PAS du tout à la VOIx::... je vous aurais pas donné cet âge là::... je vous aurais donné beaucoup moINs... du coup... c'est pour ça... je comprenais pas:: d'accord... ah oui d'aCCORd d'accord... bon je vais vous expliquer en fait... madame X ((nom de la conseillère))... comme je vous disais elle est de X ((ville))... alors c'est une DAme qui a::... qui a une dizaine d'années moins que vous:: elle a soixante-cinq ans hein ? euh::... elle donne de p'tits conSEIls... des astuces:: aux gens comme vous qui ont des douLEUrs... bon le but hein ? c'est pas de remplacer votre docTEUr... bien sûr hein ? e/ elle donne en fait de p'tits conseils sur les bienfaits des plan::tes... la phytothérapie::...
CLE [oui::...
OPA [les méthodes naturelles quoi ? est-ce que vous avez déjà entendu parler de ça... madame X ((nom de la cliente))?
CLE oui oui... oui oui...
OPA ouAIs ?
CLE [oui oui...
OPA [c'est un p'tit peu... d'aCCORd... aLORs... elle donne juste des p'tits conseils qui peuvent vous servir maintenant... ou plus TARd... c'est une information qui n'engage à rien::... mis à part l'écouter hein ? le but c'est vraiment de documenter les GENs... de leur donner de bonnes aDREsses... des conSEIls... des asTUces... et vous en faites ce que vous voulez... hein ? comme je dis toujours... des conSEIls c'est toujours bon à prendre... l'informaTIon en plus elle est en plus entièrement gratuIte... vous avez même PAs à vous déplacer parce que c'est elle qui fait les allers-retours dans la coMMUne... de ce fait là... ça dure pas plus d'une demie-heure par personne... voilà... euh:: DItes-moi madame X ((nom de la cliente))... vous êtes toujours à X ((adresse))... vous ? à X ((adresse)) ?
CLE à X ((adresse))... oui oui...
OPA euh à X ((adresse)) hein ? c'est ça... oui parce que
CLE [oui...
OPA [Elle elle est dans le secteur à partir de demain... donc c'est vendredi deMAIn... euh:: ve::rs... seize heures TRENte... est-ce que vous êtes là une petite demie-HEUre vers quatre heures et deMIe ?
CLE euh::: deMAIn je::: j'suis pas... parce que... demain je suis invitée à::...
OPA à manger ?
CLE [allez... je suis invitée deMAIn... et oui... ah:: c'est où ça ?
OPA ah bah c'est... c'est c'est-à-dire que c'est Elle qui se déPLAce... c'est ce que je vous ai expliqué... y a des gens plus âgés que vous qui souffrent d'arthro::se... on va pas faire déplacer ces gens-là dans une SAlle donc... c'est E::lle madame:: X ((nom de la conseillère))... qui fait les allers-retours (...)

CLE [parce que deMAIn je suis l'invitée... j'suis::... j'suis pas là demain... NON...
OPA ah AH::... vous êtes pas de la jourNÉe:: ?
CLE NON non... c'est pour ça que:: (...)
OPA [ah d'acc/d'accord... c'est PAs un souci... vous inquiétez pas::... madame X ((nom de la cliente))... parce qu'elle est dans le secTEUr aussi marDI... est-ce que mardi ça vous arrange un petit peu PLUS:: ? euh::... dans l'après-midi en début:: ou en milieu...
CLE [ah BAh::... mardi c'est pareil j'suis PRIse aussi alors... le marDI...
OPA ah vous êtes prise LÀ le mardi... c'est quelque chose qui vous intéresserait ou PAs... parce qu'elle est là toute la semaine prochaine hein ? mercredi jeudi vendredi... parce que si MARdi vous êtes PRIse... est-ce que c'est mieux pour vous MERcredi ? matin ou après-midi ? pour le coup là j'ai le CHOIx... mercredi hein ?
CLE peut-être vendredi parce que... eh le mardi et mercredi... j'suis pri::se...
OPA D'Accord...
CLE [j'ai::... ah des...
OPA [d'accord... ah bah ça va de garder ça... non mais si/
CLE je m'oCCUpe...
OPA ouais ouais... vous avez biEN raison et écoutez... c'est pas parce qu'on est à la retraite qu'il faut pas s'occuper... hein ?
CLE ah non non NOn... c'est vrai oui...
OPA [vous jouez aux cartes des choses comme ÇA::... non ? vous faites partie d'un club ?
CLE [non NOn... je fais de:: de la couture... je fais de la peinTU::re... ouais j'ai (...)
OPA [AH:::... ah oui:: ? d'aCCORd... aCCORd... et c'est une association ÇA:: ou:::?
CLE oui oui... oui oui... ah oui...
OPA [ah suPER... ah ben c'est bien c'est bien... aLORs... vous m'avez dit soit jeudi soit vendredi... c'est ÇA:: ?
CLE oui...
OPA ah... eh bah dites-moi... euh bon jeudi ça vous aRRANge ou PAs ? NON... ven/ (...)
CLE [parce que c'est pour... c'est pour quoi maDAme ça ?
OPA Alors (...)
CLE [si c'est pour me vendre quelque CHOse c'est pas la PEIne...
OPA aLORs NOn... Elle elle vous donne... je vous dis de la documentation... de bonnes adresses... sur les méthodes naturelles vous êtes libre d'en faire ce que vous voulez:: madame X ((nom de la cliente))... j'ai dit à moi je:: voiLÀ vous m'avez rien
CLE [d'accord...
OPA [demandé::... hein ? euh:: moi je vous aPPElle vous m'avez PAs appelé pour me dire "j'ai des douLEUrs::..." moi c'est moi qui vous appelle
CLE [oul::...
OPA [pour vous proposer la formation GRAtuite... aPRÈs... c'est des conSEIls... c'est toujours bon à prendre... vous en faites
CLE [oui...
OPA [ce que vous voulez PAR la suite... hein ? donc... Elle elle est dans le secteur à partir de vendredi du coup... vous voulez vendredi alors... vous préférez ?
CLE peut-êt/ oui::.. vendre/

OPA [ouais ?
CLE [oui... euh:: ( )
OPA [alors je vais vous dire... VENdredi on est le seize... d'accord ? donc c'est plutôt quoi... le matin ou l'après-midi ? qu'est-ce qui vous arrange... déjà ? parce que c'est une deMIe-heure... donc après ça va dépendre de votre... de votre agenda du vendredi...
CLE euh peut-être l'a/ l'après-miDI::...
OPA ouI::... bah je vais vous dire ce que j'ai... alors... j'ai TREIze heures trente... en début d'après-miDI::... vous êtes pas du genre à faire la siESte vous... j'imaGIne ?
CLE treize heures trente... oui...
OPA ça vous va ÇA à treize heures TRENte ?
CLE oui...
OPA bon... y a pas de souci... c'est noté... ah par contre je vais juste vous demander... je vous embête PAs plus longTEMps parce que je vous monopolise depuis tout à l'HEUre... euh::: l'impasse X ((adresse))... alors je vois PAs du tout... par contre où elle se situe::... euh:::: je j'sais pas...
CLE [c'est pas loin d'une salle de fête...
OPA ah voilà... c'est pas la source que je vais vous dire... c'est pas loin d'une salle de fête... oh et vous êtes à quoi... deux cents mÈtres non ?
CLE à côté...
OPA [de la salle de fête ? juste à
CLE [à côté...
OPA [côTÉ:: ?
CLE si...
OPA A/ ah bon... d'accord... c'est LA même... c'est dans l'impasse X ((adresse)) la salle des FÊtes ?
CLE oui oui...
OPA ah je croyais pas... je croyais que c'était la rue d'à côté moi... d'accord... vous êtes JUSte à côté alors vous ?
CLE oui...
OPA au X ((numéro))... hein ? c'est ça hein ?
CLE oui...
OPA juste/ juste pour que je fasse pas de bêtise... d'accord... je vous donne juste son nom... alors du coup c'est madame X ((nom de la conseillère))... est-ce que vous voulez que je vous l'éPElle ?
CLE X ((nom de la conseillère)) ?
OPA oui... c'est un nom du coIN en général les gens savent l'écrire... mais voulez-vous que je vous l'éPElle ou pas ?
CLE [oui oui... c'est courant... oui ?
OPA oui c'est courant...
CLE [je m'en rappellerai...
OPA [c'est pour ça... c'est pour ça... donc c'est une DAme qui a soixante-cinq ans... vous verrez elle est assez menue::... elle est petite... les cheveux:: COUrts... et puis on a dit donc vendredi... vendredi on sera donc le SEIze... euh:::... du coup à treize heures trente... d'aCCORd ?
CLE oui... ouAIs...
OPA profitez-en biEN... vous hésitez pas à lui poser des questions... je vous le réPÈte c'est une information gratuite... c'est sans engageMENt... vous en faites ce que vous vouLEz... ça peut vous servir pour vos soucis de douLEUrs... si vous avez des problèmes de soMMEil... vous lui en parlez aussi::... et des problèmes de circulation au niveu de JAMbes c'est paREil... tout ça y a des méthodes naturelles qui existent donc (...)

CLE [c'est pour... c'est pour QUOI ça ? c'est pour le des... des PLANtes ? de:: QUOI?
OPA c'est... tout à FAIt... c'est ce que je vous ai dit... voiLÀ... c'est ça... exactement...
CLE [oui...
OPA [exactement hein ? donc... vous en faites biEN ce que vous voulez::... ben ça pourra vous donner pas mal de conSEIls sur tout ce qui est méthode naturelle pour vos douleurs... d'aCCORd ? bon...
CLE [oui...
OPA [je vous... je vous dérange pas PLUS::...
CLE oui oui...
OPA hein? je vous souhaite une très bonne jourNÉe... et et... par contre je je je vous le redemande... je m'excuse mais... vous m'avez dit... vous avez
CLE dit que vous aviez soixante-dix ans... tout à l'HEUre ?
OPA dix::-SEpt...
mais vous le faites pas du tout... hein ? à la voix j'suis sûre que... vous vivez avec votre mari vous... madaME:::...
CLE mon mari...
OPA [vous avez pas/ vous avez votre mari encore... madame ?
CLE non...
OPA ah... il est déc/ ah il est décédé... OH:: j'suis désolée... excusez-moi... je voulais pas::... j'suis indiscrète... pardon... d'accord... et dites-MOI... sur l'annuAire le petit prénom c'est X ((prénom du mari))... c'est le prénom de votre mari et votre prénom à vous c'est quoi alors... du coup:: ?
CLE X ((prénom de la cliente))...
OPA ah... c'est très joli... X ((prénom de la cliente))... bah écoutez moi... c'est X ((prénom de la cliente))... madame X ((nom de la conseillère)) c'est X ((prénom de la conseillère))... hein:: ? donc... je vous dis:: vendredi prochain... donc du COU::p... à treize heures trente... d'aCCORd ?
CLE d'accord... voiLÀ...
OPA je vous souhaite une TRÈs bonne journée... je vous dérange pas plus... madame X ((nom de la cliente))... hein ? bonne journée à vous...
CLE [voilà...
OPA au revoir... madame... au revoir...
CLE au revoir...

Dialogue 06
Durée : 3'28''
Client : homme âgé (CT)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

CT allô::?
OPA aLLÔ...
CL oui...
OPA oui... bonjour monsieur X ((nom du client))?
CT oui::...
OPA [bonjour monsieur... je suis X ((prénom de la téléopératrice))... de la société:: X ((nom de l'entreprise))... je vous appelle parce qu'on est partenaires de X ((nom de l'entreprise))... région X... hein ? et en fait on doit passer informer tous les propriétaires au sujet de nos TOUt nouveaux programmes d'AIde... qui ont été mis en place en fait par l'État et la régiOn... est-ce que vous-MÊme... vous en avez entendu parler ?

CT non...
OPA [beaucoup de propriétaires n'en ont pas parLÉ... c'est suite à la fusion en fait entre les régiONs... euh donc à savoir que ce sont des aides qui vont de cinquante à cent pour CENt... pour que vous puissez remettre:: votre isolation de combles aux normes de deux mille SEIze... voilà HEin ? donc cette information il faut savoir qu'elle est totalement gratuIte... et que nous on est là juste pour vous calculer en fait le montant de vos aides... et c'était pour savoir à quel moment vous étiez disponible... pour qu'on puisse vous calculer le montant de vos aides... tout simplement monsieur...
CT hm... ça je peux pas vous dire quand même...
OPA alors est-ce que:::... par hasard... vous travaillez peut-Être ?
CL ah ben non...
OPA non... vous êtes à la retraite ? ((rires))
CT ah non non non... je suis à la retraite...
OPA D'A::ccord... donc vous profitez comme on dit...
CL hm hm...
OPA c'est ÇA:: ? D'A::ccord... vous avez pas plus de quatre-vingts ans ? loin de LÀ::... je suppose...
CL [AH...
OPA [vu la voix...
CL eh:::::... quatre-vingt... TROI::s...
OPA d'a::ccord... y a une maDAme peut-être ?
CL non non...
OPA excusez-moi hein ? D'A::ccord... et:: est-ce que vous seriez disponible mardi::... à onze heures par hasard... pour avoir l'information... tout en sachant que je vous rappelle quand même lundi pour être sûre que vous soyez présent...
CL mais disons que:::... j/
OPA [ça n'engage à rien hein ?
CL hm hm... bon mais moi y a pas... y a pas de:::... de trucs trop trop compliqués:: pour moi là hein ?
OPA oui::... alors MOI je peux vous le noter... si vous voulez... donc pour mardi::... à onze HEUres... et je vous rappelle le lundi pour être sûre que vous soyez présent... d'aCCORd ? alors c'est bien votre habitation principale et vous êtes propriétaire... hein ? c'est ça... hein ?
CL ouais...
OPA d'accord... la maison elle a plus de deux Ans... je suppose...
CL coMMENt ?
OPA la maison elle a plus de deux ANs ?
CL de dégât...
OPA c'est ça... hein ?
CL non...
OPA la maison elle a plus de deux Ans... votre maison ?
CL ah je vois pas ce que vous voulez dire... hein ?
OPA la maiSOn...
CL ouais::..
OPA [l'habitation... voilà... vous êtes propriétaire et elle a plus:: que deux ans...
CL oui::...
OPA VOI::là... et vous avez des combles comment ? perdus:: ou aménagés ?
CL hm hm... ah non.... disons que:::...
OPA [c'est des combles perdus... c'est un accès par trappe... que vous avez ?
CL [c'est pas MOI... NON non... mais disons que

0886 OPA [comment ?
0887 CL c’est plutôt mes enfants qui vont décider...
0888 OPA et:: oui... et:::
0889 CL [ouais...
0890 OPA [vous pensez qu’ils:::: seront présents ou pas ? non... c’est
0891 plus en fin de journée... oui... ils travaillent ?
0892 CL non...
0893 OPA ils travaill/
0894 CL [normalement c’est pas MOI c’est pas moi qui m’en occupe...
0895 OPA c’est les enFANts ?
0896 CL ouais...
0897 OPA hm hm D’Accord... et eux ils sont:: chez vous de temps en temps ou
0898 pas?
0899 CL OH OUi::... pour le moment ils travaillent... (donc ils n’ont pas souvent le
0900 temps)...
0901 OPA [et oui... je comprends...
0902 CL ouais...
0903 OPA et ils sont plutô/ ils viennent vous voir en fin de jourNÉe ?
0904 CL coMMENt ?
0905 OPA ils viennent vous vOIR en fin de jourNÉe ?
0906 CL oh mais vous savez que::... ils ne sont pas... ils ne sont pas là s/ s/ sur
0907 place hein ?
0908 OPA ah ils habitent pas à X ((ville)) ?
0909 CL c’est plutôt MOINs... c’est plutôt MOINs qu’ils viennent chez eux...
0910 OPA D’A::ccord...
0911 CL ouais...
0912 OPA hm d’accord d’accord... et vous pensez que pour mardi::... ils pourraient
0913 être présents ou pas ?
0914 CL oh ben ça je peux pas vous dire... hein ?
0915 OPA ouais... alors... ce que je fais... je le note moi...
0916 CL [D’AILLEURs c’est pas moi... c’est... c’est
0917 pas moi qui m’en occupe... hein?
0918 OPA hm hm... d’a::ccord... bon ben y a pas de souci... moi je le note comme
0919 ça au moins... y a pas de souci... hein ? d’aCCORd ? voilà... ben je
0920 vous remercie beaucoup monsieur... bonne jourNÉe::.. au reVOir...
0921 CL [au revoir...

Dialogue 07
Durée : 4’13
Client : homme âgé (CL)
Téléopératrice: femme adulte (OPA)

0922 CL oui allô ?
0923 OPA allô bonjour monsiEUr X ((nom du client)) ?
0924 CL oui::...
0925 OPA bonjour monsieur::... je suis madame X ((nom de la téléopératrice))...
0926 votre conseillère de chez X ((ancien nom de l’entreprise)) qui s’appelle
0927 maintenant X ((nom actuel de l’entreprise))... en fait monsieur... je me
0928 permets de vous appeler simplement pour vous passer une petite
0929 information... alors dites-moi s’il vous plaît... est-ce que vous habitez
0930 toujours à la même aDREsse... vous n’avez pas chanGÉ ?
0931 CL ah non... X rue ((adresse))...
0932 OPA voilà... donc MOI monsieur je me PERmets de vous appeler de chez X
0933 ((nom de l’entreprise))... simplement pour vous informer qu’à partir de::

demain... y aura une camPAgne d'information officielle qui concerne tous les habitants du secteur... et c'est tout SIMplement monsieur... parce que nous avons constaTÉ... que la majorité de personnes qui sont dans la même région que vous... ils ont reçu des factures qui sont trop élevées et trop CHÈres par rapport à ce qu'ils ont l'habitude de consommer... aLOrs que nous monsieur... nous avons... annoncé une baisse de prix de un virgule quatre-vingt-six pour cent depuis le début de l'année... mais:: malgré ÇA... on on on:: on a reçu beaucoup de réclamaTIons... et c'est ce qui nous a poussé aujourd'hui à mettre en place de techniciENs... qui se présenteront gratuitement sans aucun frais ni engagement de votre PARt... comme ça monsieur... d'une part on essaiera de vou/ de voir avec vous::... si jamais vos factures sont trop élevées et trop chères on essaiera de vous réduire les facTUres... d'autre part monsieur... on essaiera tout simplement de voir pour CEUx... qui paient CHER... on essaiera de voir c'est quoi les solutions possibles qui nous permettent de leur réduire les factures et ne pas avoir des augmentaTIons... quand y aura les deux pour cent appliqués par l'État... d'aCCORd ? aLORs ce passage là monsieur c'est organisé par X ((nom de l'entreprise)) en collaboration avec la Fédération de fournisseurs de gaz et d'électriciTÉ... MOI monsieur X ((nom du client)) je vous appelle juste pour vous laisser les coordonnées de la personne qui va se présenTEr... parce qu'il aura

CL [okey...

OPA [sa carte d'accréditation... aLOrs vous notez s'il vous PLAÎt::?

CL euh:: hm::: c'est-à-dire que ça m'intéresse PAS MOI:: parce que en fait::: je crois que:: j'ai pas de:: facture de GAz à la maison...

OPA D'Accord... parce que nous... on ne vous aPPElle PAs uniquement pour le gaz hein ? d'aCCORd ? on vous appelle pour l'électricité...

CL [pour EDF aussi ?

OPA oui... pour l'électricité aussi... parce que c'est un contrôle qui est généRAl monsieur... et quel que soit votre fournisseur ou votre mode de fonctionnement vous êtes concerné par ce passage LÀ... parce que l'objectif ce n'est pas de vous demander de changer ou modifier vos installations ou quoi que ce SOIt... mais l'objectif c'est tout SIMplement... vérifier les factures avec chacun des particuliers chacun des propriétaires sur le secTEUr... parce que à partir d'aujourd'hui monsieur y aura une application de deux pour cent par l'ÉTAt... deux pour cent de plus sur le prix... et donc NOUs... on souhaite tout simplement comme je vous ai dit::... prendre les précautions nécessaires pour ne pas avoir des augmentations ou des réclamations à ce sujet-LÀ... sinon monsieur le passage comme je vous ai dit c'est sans aucun frais ou engagement de votre PARt... le technicien quand il passeRA... il va se présenter avec ces co/ documents officiels de la sociéTÉ::... et moi monsieur je vous appelle juste pour vous laisser ses coordonnées avant même son passage...

CL oui d'accord...

OPA ((raclement de gorge)) alors nous avons QUAtre techniciens sur le secteur monsieur... donc vous allez recevoir UN des quatre... ça va être soit monsieur X ((nom du technicien))...

CL attendez... je NOte...

OPA prenez votre temps...

CL quand est-ce qu'il PAsse ? vous savez PAS ?

OPA il PAssera... il PAssera demain... mais selon vos disponibilités SOIt la matinée ou l'après-midi... comme vous voulez...

0989	CL	d’accord... donc:: demain on sera le deux... allez-y je NOte...
0990	OPA	voiLÀ vous allez recevoir soit monsieur X ((nom du technicien))...
0991		((raclement de gorge))
0992	CL	d’accord... X ((nom du technicien))...
0993	OPA	[ou bien monsieur X ((nom du technicien))...
0994	CL	oui::...
0995	OPA	ou biEN monsieur X ((nom du technicien))...
0996	CL	oui::...
0997	OPA	et le DERnier ça peut être monsieur X... X – X ((épellation du nom du
0998		technicien))...
0999	CL	d’accord...
1000	OPA	aLORs... à quelle heure vous souhaitez recevoir le technicien monsieur
1001		le maTIN deMAIN ou l’après-midi ?
1002	CL	euh::: le matin demain...
1003	OPA	le matin vers le coup de dix HEUres... ça vous conviENt ?
1004	CL	ah oui...
1005	OPA	d’aCCORd... ((raclement de gorge)) donc dites-MOI monsieur s’il vous
1006		plaît votre maison elle a été construite cela fait combien de temps... à
1007		peu PRÈs?
1008	CL	ah je sais pas du tout...
1009	OPA	((raclement de gorge)) on va dire qu’il est ancien... il a plus de dix ANs ?
1010	CL	ah oui...
1011	OPA	d’aCCORd... et vous êtes le propriéTAIre depuis combien de temps à
1012		peu PRÈs ?
1013	CL	NON:: je suis pas propriétaire MOI::...
1014	OPA	ouAIs vous êtes locaTAI::re ?
1015	CL	ah oui...
1016	OPA	au revoir monsieur... donc vous n’êtes pas concerNÉ...
1017	CL	merci... au revoir

Dialogue 08
Durée : 4’04’’
Client : homme adulte (CL)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

1018	OPA	allô::?
1019	CL	oui allô... X ((nom d’une entreprise))
1020	OPA	ouI:: euh:::... monsieur X ((nom du client)) ?
1021	CL	euh::... son fils...
1022	OPA	bonjour... est-ce qu’y aurait monsieur ou madame:: X ((nom des
1023		clients)) ?
1024	CL	alors:: monsieur là il est avec un client... est-ce que je peux vous
1025	OPA	[AH::
1026	CL	[rensei-
1027		gner peut-être ?
1028	OPA	alors... alors en FAIt je suis pré-filiale de X ((nom de l’entreprise)) à X
1029		((ville))... et en fait j’appelle pour::... informer le propriétaire... donc::: est-
1030		ce que vous êtes propriétaire ?
1031	CL	euh:::... oui...
1032	OPA	oui... donc j’informe les propriétaires sur un programme d’aide qui a été
1033		ouvert par l’État la région X... donc à savoir monsieur que:: nous::... on
1034		est juste là pour vous inforMEr... d’accord ? on n’est pas là pour vous
1035		vendre quoi que ce soit ni pour vous parler de travaux... on est
1036		partenaires

CL [oui...
OPA [X ((nom de l'entreprise)) de la région X... c'est pourQUOI on passe gratuitement pour calculer si vous avez droit... à une isolation de combles gratuite ou NOn... parce qu'il faut savoir que vous pouvez... euh:: avoir des aides équivalentes à cinquante-cinq pour cent... donc si vous atteignez le cent pour cent... tant mieux pour vous... profitez hein ? si vous ne pouvez pas les aTTEINdre... et bah c'est une information qui est gratuIte qui ne vous engage à rien hein ? ah et:::... en fait cette informatiOn... elle dure que trente miNUtes... donc je voulais voir avec vous... si:: vous aurez une disponibilité pour accueillir un de nos cli/ un de nos techniciens...
CL euh... ça après:: euh::... oui ça c'est vrai qu'il faut vraiment que je vois avec::... avec ma famille... tou-tou-tou-tou::...
OPA alors en fait (...)
CL [est-ce qu'on peut:: est-ce qu'on peut vous rappeler à un numéro ?
OPA Alors... si vous voulez je peux vous rappeler un peu plus tard HEin ? vous êtes au travail je crois...
CL [oui mais le problème c'est que je sais pas quand est-ce qu'ils seront dispos... moi mais:: eh mais::: mes parents ils sont difficilement ici... donc::...
OPA ouais... parce là:::... euh:: parce que en fait moi ce que je FAIs habituellement monsieur... ah je vous expliquais... je prends un petit rendez-vous... euh:: là::... euh:: et... j'appelle toujours eux ou ma responsable téléphone toujours le jour avant du rendez-vous... et si y a besoin de le déplacer ou de l'annuler... on lui dit à ce moment-là y a pas de problème... et moi je vous donne un/un numéro de téléphone... si vous avez besoin en parlant avec votre::... euh:::... vos parents... euh::...
CL [ouI::... voilà oui...
OPA ça/ça sera mieux euh::... ça sera mieux comme ça... donc... dites-moi c'est:: donc pour vos paRENts... c'est ÇA ?
CL oui...
OPA et est-ce que vous voulez vous-MÊme avoir:: les les cal/ les calculs pour le technicien... parce que je peux prendre deux rendez-vous euh::...
CL euh non... moi j'suis locataire donc:::... non...
OPA vous êtes locataire... d'accord... donc...
CL [oui
OPA [euh::: alors... euh::... vos paRENts... c'est biEn l'habitation principale... et ils sont bien les propriétaires...
CL oui...
OPA ouI::... et c'est une maison qui a plus de deux ans ?
CL oui...
OPA oui... ((rires)) ils sont combien au sein du foyer ?
CL deux...
OPA deux... d'accord... et euh::... ils ont des combles perdus ou aménageables ?
CL euh:::::
OPA [alors est-ce qu'ils ont des ch/
CL [un peu:::...un peu des deux::...
OPA un peu des deux... donc... je vais mettre perdus::... donc... monsieur traVAille ?
CL oui...
OPA oui... et madame ?
CL madame aussi...

OPA aussi... et y a des accès de commande par une trappe dans l'escaliEr ?
CL euh une trappe...
OPA une trappe... d'accord... très bien... est-ce que mon technicien il doit porter une... une échelle ou c'est euh:: ou c'est... ou vous en avez une ?
CL bon on a ce qu'il faut... NON MAIs::... c'est c'est une trappe qui part du sol... enfin je veux dire qu'on peut y accéder euh:::...
OPA [d'accord... d'accord... wAou oui... d'accord... ah donc dites-moi le rendez-vous quand est-ce que vous pensez que vos parents seront disponibles ? euh... ils travaillent en journée ?
CL ah oui oui... ouais...
OPA ouais... donc est-ce que:: ça serait possible de vous proposer le MERcredi à dix-huit HEUres:: ? et:: nous... on vous appelle le mardi après-miDI::... comme ça on aura directement vos parents... et (...)
CL [ah oui... mais à dix-huit heures ils ne sont pas là... pas encore... après dix-neuf heures hein ?
OPA après dix-neuf heures... d'accord... bah je marque:: à dix-neuf heures TRENte ?
CL euh::... je/ aussi ah il faut que je euh:: il faut que je leur pose la question... je peux pas prendre un rendez-vous comme ça:: si:::...
OPA ouais... euh:::... vous vous allez pouvoir avoir vos parents aujourd'hui ?
CL [est-ce qu'on peut se rappeler demain ? vous me rappelez demain eh:: je leur pose la question madame...
OPA [oul... bien SÛR... oul::... aLLEz y a pas de souci... comme ça vous avez le temps d'avoir vos parents... donc je vous rappelle deMAIN...
CL [voilà super...
OPA vers quelle heure ?
CL euh la même heure...
OPA la même heure... d'accord... très bien... bah écoutez... je le note et je vous rappelle demain...
CL D'A::ccord... très bien...
OPA PARfait::... mer::ci monsieur... au revoir...
CL merci... bon après-midi...
OPA merci... vous-aussi... au revoir...
CL [au revoir...

Dialogue 09
Durée : 6'35
Cliente : femme adulte (CLE)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

CLE bonJOUr...
OPA oui::... bonjour maDAme... société X ((nom de l'entreprise))... X ((nom et prénom de la téléopératrice))... euh je CHERche à joindre la personne en CHARge des factures de l'électricité s'il vous plaît...
CLE oui c'est MOI...
OPA oui:::... bonjour madame... voilà je me permets de vous contacter car nous sommes courtiers en énergie... donc c'est la société X ((nom de l'entreprise))... et nous faisons des comparatifs en partenariat avec Engie... Totale... Direct Énergie... et d'autres... et:: je me permets de vous contacTEr afin de:: vous proposer ce tableau comparatif sur deux à trois fois ( ) voilà... tout simplement...
CLE euh::: alors moi déjà j'suis en tarif::... Ex-jaune déjà...

OPA [oui...
CLE [en tarif professioNNEl...
OPA oui oui... tout à fait... oui...
CLE [et puis... j'ai un:::... après pourquoi pas ? mais après::... j'ai un conTRAt:: avec une autre fédéraTIon... on a un tarif préférentiel... euh on s'est regroupés pour avoir un tarif préférentiel chez EDF...
OPA oui ouI::: mais bien SÛr... euh mais vous pouv/ pourquoi vous dites E::x-jaune... qu'est-ce qui s'est passé ? c'est plus jaune ?
CLE [c'est parce que ça n'existe PLUs le tarif jaune... c'est ce que je veux de dire ((rires))... c'est d'aCCORd ?
OPA [ah bah oui::... d'accord... oui... okey... oui... TRÈs bien...
CLE ((rires))
OPA [oui... bah oui... mais euh vous pouvez tout à fait comparer en fait... ce que la Fédération de camping vous... vous a propoSÉ::... et puis nous ce qu'on peut vous proposer tout simplement... euh... ce/ bien SÛr... ça peut être intéressant... justement...
CLE bon::...
OPA [euh:::... vous a/
CLE [vous avez (...) un numéro d'acheminement je suPPOse ?
OPA [o/e/a/a/ ah deux factures récentes d'électriciTÉ...
CLE d'aCCORd...
OPA parce qu'on aura tout dessus... l'acheminement... vos tarifications... euh enfin tout... oui...
CLE [oui::...
OPA [et puis on::... nous on va consulter donc tout le monde VOUs êtes chez EDF hein ? c'est bien ça ?
CLE [oui... tout à fait oui...
OPA d'accord... et vous avez une IDÉe de votre:: DAte de fin de contrat ?
CLE fin d'année LÀ::...
OPA fin d'aNNÉe ?
CLE [oui...
OPA [ah ben ouI::... alors c'est intéressant DE le faire... oui... tout à fait... BEN alors il nous suffit simplement d'une facture récente d'électricité... nous (...)
CLE [oui bon vous nous envoyez un MÉI et comme ça j'aurai
OPA [oui...
CLE [vos coordoNNÉes ?
OPA ouI::... très bien... est-ce que vous avez euh euh:::... une disponibilité pour que euh::... que notre consultant puisse:: justeMENt donc a/ ana/ faire l'analyse et ensuite... vous appeler pour vous envoyer le comparaTIf... et surtout vous l'expliquer... qui fait QUOI:: ? à quel prix:::? euh puisqu'il est bien détaillé donc toutes les taxes... l'achemineMENt... et le prix du kilowattheure que lui il bouge... et puis la projection annuelle... comme ça vous allez euh... voilà... avoir toutes ces infomations... euh... sur le même document...
CLE c'est-à-dire que quelQU'UN se déPLAce pour m'expliquer votre
OPA [ah non tout/ alors
CLE [votre différent devis ? j'ai rien compris ((rires))...
OPA [i/i/i en fait... en fait... il fai/ il:: ((rires)) euh c'est PAR téléphone... il vous

CLE [AH::...
OPA [envoie un tableau comparatif... et mais derrière quand même... il vous aPPElle pour vous expliquer un petit peu tout tout le travail qu'on a fait::... et euh:... i/ il vous fait l'analyse...
CLE d'accord... BAh après à voir déjà si dans un premier TEMps... si vous êtes compétitifs par rapport à déjà mon:::...à mon::...
OPA [alors...ÇA:: malheureuseMENt... on ne saura que:::... en/en/en consultant les fournisseurs... je peux pas dire qu'on va le garantir...
CLE [bien SÛr... NON NON NON NON::... mais bien SÛr... bon après si::... qui qu'il appelle PAs si... si voiLÀ... si vous avez des devis qui sont qui sont:: supérieurs c'est ce que je veux dire (à peu près)
OPA [Ah... même si c'est... souvent... c'est malheureusement avec le:: les tarifications et les prix... car le prix d'électricité est toujours en évolution... et donc (...)
CLE [oui... c'est sûr ça va augmenter je me doute bien que::... c'est c'est... c'est voilà ?
OPA [voilà donc... je je je fais... tiens ((rires)) comment
CLE [mais aPRÈs j'ai pas
OPA [vous annoncez
CLE [j'ai pas
OPA [la nouvelle ? euh::...
CLE [encore non plus les taRIfs... les nouveaux tarifs d'EDF non plus... là on est en train:: justement
OPA [et et de toute façon
CLE [on est en train de renégocier pour cette année aussi...
OPA alors... i/ il vous appellera... il vous dira si:: euh::... si on est compétitifs il vous le dira::... si on n'est pas compétitifs... i/ il vous enverra QUANd même le comparatif et votre
CLE [d'accord...
OPA [taux de hau/les les les hausses... c'est quand même intéressant de saVOIr comme ça vous saurez... voiLÀ...
CLE oui::... exactement...
OPA [donc vous êtes averTIe et y aura pas de surprises... par contre je voiLÀ::... malheureusement... euh:::... ((rires)) ça évoLUe... mais pas dans le bon sens ((voix riante))...
CLE bah non::... ça c'est euh::... hein ?
OPA c'est ça... MAIs quoi qu'il en sOIt voilà::...
CLE [((rires))
OPA [il prendra quand même le temps de vous appeler en disant "bah ou aLOrs ce n'est pas le moment de consulTEr::... il faut attendre un petit peu::... ou J'AI consulté et voiLÀ ce qu'on est ressortis::..." il vous dira tout ça hein ? vous inquiétez pas... ÇA on est
CLE [d'accord...
OPA [des professionnels hein ? c'est... et c'est totalement gratuit et sans engagement donc... profiTEZ-en...
CLE OUI::... nous on est d'accord...
OPA [profiTEZ-en ((rires))...
CLE [pourquoi PAS:: ? ((rires))
OPA ((rires)) est-ce que vous avez un p'tit créneau pour qu'il puisse vous contacter... monsieur X ((nom du professionnel)) ?
CLE hm:::... bah qu'i::/ qu'il aPPElle après::... j'ai PAS:::... j'ai pas de créneau

fi::xe ou::... voilà... donc::: il aPPE::lle
OPA [ah:::...
CLE [si j'suis dispo::... ou voiLÀ::... mais après j'ai PAS:::... je voilà quoi...
OPA [ah parce que là là j'suis... en fait dans dans notre cadre enfin voilà::... on est obligés... on/ d'aVOIr votre facture d'éle/ d'électricité::... et ensuite
CLE [oui...
OPA [voilà... on fixe un rendez-vous téléphonique de CINq dix minutes pour qu'il puisse:::... voilà faire l'ana/ euh... vous l'envoyer et puis surtout vous l'analyser...
CLE donc soit le maTIN::
OPA [voilà... (d'accord)...
CLE [de:: neuf heures trente à:::... dix heures TRENte...
OPA d'accord... alors
CLE [ou::... l'après-miDI:: (...)
OPA [i::l nous faut quand même une petite::... il nous faut quelques jours de travail hein ? le temps de recevoir votre facture et de travaiLLEr... vous avez un... un jour qui est plus CALme au camping?
CLE non... pas du tout non... c'est très calme tout le temps donc ((rires))...
OPA le::s arrivées::...
CLE [oui... mais voilà... non mais nous qui fait mo::che... euh nous qui fait moche les gens s'en vont...
OPA AH BAh super aLORs... enfin suPER...
CLE ((éclats de rire))
OPA NOn.... j'suis pas moche ça VA ça VA... ((rires)) NON NON... attendez moi j'ai réservé quinze jours... euh::... un moment... attendez vous ne dites pas ça::... ((éclats de rire))...
CLE [en ce moment après::... ça peut s'améliorer quoi...
OPA (logiquement... au mois de juin)
CLE [mais NOn NOn... peu importe peu importe:: le::... le:: le JOUr... parce que j'suis à la
OPA [alors...
CLE [à la réception en ce moment-là en fait... ça c'est::... ça c'est
OPA [si:::
CLE [sûr...
OPA [si vous pouvez... si vous nous envoyez les factures aujourd'hul::... lundi... jeuDI:: il pourra vous faire le::.. vous/ vous l'envoyer et vous téléphoner... euh::... vous avez donc... pluTÔt le matin... c'est ÇA:: ?
CLE euh::::::... oul::...
OPA ou l'après-midi... comme vous le souhaitez hein ?
CLE [je vous mettrais... je vous mettrais... je vous mettrais les deux horai::REs... ou vous voulez
OPA [d'accord...
CLE [le savoir tout de suite ?
OPA ou/ oul comme ÇA en fait... je vous envoie l'invitaTIon... et la documentaTIon... et puis... si par retour vous pouvez m'envoyer une facture... nous ça nous permet de travailler dès aujourd'hui...
CLE alors... je vous l'envoie de suite... vous me dites jeudi::...
OPA jeudi...
CLE [jeudi jeudi::... alors jeudi:::... prochain sept pas le matin... parce que j'ai déjà un autre rendez-vous...

OPA [d'accord... ah bon jeudi (...)
CLE [ça peut... ça peut être l'après-miDI:: à partir de:: dix-sept heures TRENte...
OPA impeccable... attendez... excusez-moi... je reprends son agenda parce que je me suis emmêlée les... euh::... et:: ben bon je vois rien... excusez-moi ((rire jaune))... v/ ven/ vendredi::?
CLE et bah vendredi maTIN ?
OPA parfait... parfait parfait...
CLE Okey...
OPA euh à quelle heure euh::: exactement ?
CLE à neuf heures trente...
OPA à neuf heures trente... ah ben je vous BLOque neuf heures TRENte... vendredi huit... à NEUf heures trente... aLORs... co/ j'avais madame X ((nom de la cliente))... comme contact
CLE [oui::...
OPA c'est bien VOU::s ?
CLE ouais...
OPA d'accord... madame X...X ((prénom et nom de la cliente))…
CLE c'est ça...
OPA c'est bien ça ? et alors pour le la l'adresse même du camping... je suis pas sûre... j'avais X@X.X ((mél de l'entreprise))...
CLE c'est ça...
OPA d'accord... je vous envoie... la confirmation de la date et l'heure avec monsieur X ((nom du professionnel))... ses coordonnées... et puis ainsi que mes coordoNNÉes... et puis euh... une documentation... et voiLÀ::... donc on est une petite structure basée à X ((ville))... hein ? on est courtiers en énergie... on est partenaires avec bon bah::... les:: euh:: les les fourniSSEUrs... et puis euh:::.... voilà::... vous av/ (...)
CLE [D'Accord...
OPA ((éclats de rires))
CLE [okey... (...) ça marche...
OPA MERci... en tout cas
CLE [merci... c'est moi...
OPA [madame... à bientôt... au revoir...

Dialogue 10
Durée : 2'45''
Client : homme adulte (CL)
Participant: homme adulte (PT)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

PT X ((nom d'une entreprise))... bonjour....
OP c'est:: pas monsieur X ((nom du client)) ?
PT ah non... voulez-vous que je vous le passe ?
OP s'il vous plaît...
PT euh... atte/ attendez euh... deux petites secondes...
OP mais:: s'il vous plaît.... allô ?
PT ((22'')) c'est pour une question d'exploitaTIOn ?
OP c'est:: par rapport à vos::... euh:: ses panneaux photovoltaïques au X... rue X ((adresse))...
PT euh: des:::.... des panneaux photovol/photovoltaiques... ben écou/ ben... écoutez... je vais vous passer X ((prénom))... parce que ça va pas être... pour nous::... alors... X ((il cherche le prénom sur une liste))...

OP [mais s'il vous plaît... allô::...
PT oui::...
OP le X... rue X ((adresse))... c'est son:: son habitation... ou c'est:: un local professionnel ?
PT euh:: mo/ je ne connais pas cette adresse monsieur... ici on est au X... impasse:: X ((adresse))... mais c'est peut-être son adresse personnelle... donc je vais vous le paSSEr attendez...
OP merci...
CL ((8'')) X ((nom d'une entreprise))... bonjour....
OP oui... bonjour monsieur X ((nom du client)) ?
CL oui... uhn ?
OP ou::i... bonjour monsieur X ((nom du client))... c'est monsieur X ((nom du téléopérateur))... à l'appareil du groupe X ((nom de la société))...
CL d'accord...
OP [donc en fait je vous appelle monsieur X ((nom du client)) par rapport à vos::: panneaux photovoltaïques au X... rue X ((adresse))...
CL ah oui::...
OP déjà monsieur X ((nom du client)) s'il vous plaît... cette adresse... est-ce que c'est un local professioNNEl ou c'est votre habitation ?
CL ouais... c'est mon habitation...
OP voi/ donc... déjà monsieur X ((nom du client)) est-ce que vous avez reçu notre courrier déjà ?
CL non j'ai pas reçu de courrier... mais excusez-moi je suis en réunion... c'est mon lieu de traVAil c'était pour quoi au juste ? parce que j'ai pas beaucoup de temps à vous accorder...
OP parce que en fait je vous explique... on vous a adressé un courrier la société X ((nom d'une entreprise)) qui vous a équipé a malheureusement fermé les portes...
CL uhn ?
OP [et notre groupe X ((nom de l'entreprise) on a récupéré leurs fichiers... du coup nous on reprend la suite de vos installations... c'est-à-dire la::...
CL [hm hm...
OP [le point et le/ les garanties de vos installations... c'est pour cela que je vous
CL [hm hm
OP [ap-pelle...
CL [d'aCCORd...
OP donc je vous aPPElle euh:::.... je vou/ déJÀ pour VOIr si tout s'est passé bien pour vous au niveau des installations ?
CL [oui... pour l'instant il n'y a pas de problèmes oui...
OP parFAIt... je dois juste VOIr avec vous quelques criTÈres et vous envoyer justement un conseiLLEr... c'est une intervention qui est:: gratuIte... hm hm...
CL [pour FAIre avec vous le point sur les installations... voir un peu:: l'état de la producTIon... et la reprise de garantie...
OP hm hm...
CL est-ce que vous aurez deux minutes à me... à me consacrer monsieur X ((nom du client))...
OP euh::.. LÀ ça:: peut être un petit peu compliqué... est-ce que vous pouvez me rappeler mercredi plutôt...
CL uhn::... mercredi... je peux avoir vos contacts... quoi/
OP [mercredi ou jeudi...
CL je PEUx avoir

CL [ah oui je/
OP [vos contacts... s'il vous plaît...
CL hm hm... X ((numéro de téléphone))...
OP X ((répétition))...
CL X...
OP X ((répétition))...
CL XX...
OP XX ((répétition))... parfait... bon moi j'essaierai de vous rappeler ultérieurement monsieur...
CL [ouais d'accord... très bien.... merci beaucoup::...
OP merci à vous... au revoir...
CL au revoir...

Dialogue 11
Durée : 5'35''
Client : homme adulte (CL)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

CL X ((nom d'une entreprise)) bonjour...
OPA oui... bonjour monsieur... c'est madame X ((nom de la téléopératrice))... est-ce que monsieur X ((nom du client)) est disponible... s'il vous PLAÎt ?
CL oui::...
OPA c'est vous ?
CL oui...
OPA ah d'accord okey... pardon... ((rire jaune)) en fait j'suis de la société X ((nom de l'entreprise))... euh:: je:: suis charGÉe du déploiement de l'accord-cadre qui a été signé à votre tête de réseau X chez X ((nom de l'entreprise))... je voulais FAIre un point avec vous... vous le présenter un petit PEU::... est-ce que:: (...)
CL [a:: a/ attendez... excusez-moi... je peux vous faire patienter deux petites secondes? j'ai un appel donc
OPA [y a pas de problème... allez-y... pas de problème... ((45'')) ma gueule quoi... franchement... ((20'')) je suis déjà fatiguée ((7''))...
CL a::llô...
OPA oui... oui oui... je suis toujours
CL [oui...
OPA [là... monsieur X ((nom du client))... y pas de souci... alors... euh:: je voulais savoir... est-ce que:: j'peux vous présenter l'accord-cadre ce maTIn::... vous préférez qu'on se fixe un rendez-vous téléphonique::... dans l'après-midi:: ou demain ?
CL j'ai raté en fait ce que vous m'avez dit... j'ai j'ai pas compris ( )
OPA [AH m/ alors... je je... je re/ je recommence alors... y a pas de souCI ((voix riante))...
CL [AH si si si X ((nom de l'entreprise))...
OPA [X ((nom de l'entreprise))...
CL [c'est:: des promotions sur InterNEt...
OPA oul::... vous étiez
CL [( )
OPA [présent à la promotion... euh samedi dernier NOn ?

CL non...

OPA NON ? ah ben je pensais parce que vu que vu vu... vu que vous connaissez... mais effectivement c'est des::... des campagnes de visibilité... donc on est un petit AdWords sur Google et Facebook...

CL ouais...

OPA c'est l'accord-cadre qu'on a mis en place avec votre tête de réseau... donc y a des euh:: des budgets qui ont été négociÉs::... des:: solutions qui ont été négociées... euh:: suite au pilote qu'on a mené avec:: cinq ou six aGENces... sur le sud de la France... donc:::

CL ( )

OPA comment ?

CL ce n'est pas avec vous qu'ils faisaient le le:: le pilotage là de:: (...)

OPA [oul::... oui... oui oui ben c'était entre:: mai:: juin juillet août... je crois que c'est ça... arrêtant en juillet... et après euh... du coup...

CL [d'accord

OPA [on est partis avec::... bon on travaille maintenant avec X ((entreprise)) et plusieurs agences X ((réseau d'enseigne))... est-ce que LÀ... vous avez ( ) vingt minutes devant VOUs ? un quart d'HEUre ?

CL euh... LÀ:: ? non je ne sais pas... j'aurai...

OPA [((éclats de rire))

CL [j'sais pas... ça c'est sûr...

OPA [ouais...

CL [je ne vais pas les aVOIr...

OPA je m'en doute...

CL [mais... excusez-moi...

OPA [mais c'est pas GRAve...

CL [vous allez travailler sur quoi ? sur le référencement euh:: ( )

OPA [aLORs... avec votre page Internet locale on va... on va la rendre visible du coup sur:: Google... sur les premiè::res... les premières positions... LÀ où tout le monde clique finaleMENt... pour vous apporter des nouveaux clients... donc soit pour la voiture soit pour l'utiliTAIre... soit pour les deux en fonction de vos besoINs... bien entendu::... en fonction de votre budget aussi parce qu'y a PAs de budget FI::xe... seulement des fourCHEttes... on vous impose PAs:: un budGEt... donc::... et après c'est possible aussi de mener des campagnes Facebook... puisque normaleMENt... vous avez un:::... un prestataire chez chez X ((réseau d'enseigne)) qui vous aNIme la page Facebook... vous savez qu'il vous fournit des visuEls... qu'il vous partage des articles... NOUs... on est vraiment là justement pour euh... vous rendre viSIble et mener des campagnes Facebook aussi... ben pour la notoriété de votre aGENce... et puis vous faire connaî::tre et euh... si jamais vous avez des promotions::... ce genre de chose... donc... je voulais vous monTREr via mon écran euh:::... ben justement à quoi ça consistait pour que soit plus concret pour vous:: mais j'aurais besoin d'un

CL [ouAIs...

OPA [quart d'heure... donc si vous voulez je peux vous rappeler cet après-midi ou demain... y a pas de souci...

CL euh:::... voil/ ben rappelez-moi rappelez-moi... dans ce cas-là::... rappelez-moi demain...

OPA ah je vous rappelle demain... plutôt demain après-miDI::... du coup?

CL non...

OPA demain matin alors...
CL voilà... plutôt...
OPA qu'est-ce qui vous arrange moi j'sui/ j'arrive à euh:: à neuf heures au bureau... donc je peux vous appeler à neuf heu::res... à dix heu::res... à onze heures... comme vous voulez...
CL euh::... vers dix HEUres je pense... après c'est compliqué...
OPA [vers dix heures... ouais... ça marche... après ça commence à:: à:: trop de monde (...)
CL [mais:: les les les... pas seulement du référencement euh::... du référencement payANt en fait... si je comprends bien...
OPA oul::...
CL c'est ça hein ?
OPA oui oui... c'est ÇA::... après y a les campagnes de Facebook j'aimerais vous montrer aussi comment ça marche parce que... du coup:: euh::... c'est un peu nouveau:: et... c'est vraiment pas MAl... pour le coup ça marche super biEn... et:: c'est un petit peu différENt du référencement du coup... c'est encore une autre:: un autre levier... donc:: au moins comme ça demain j'pourrais vous donner un peu plus de détalls... est-ce que vous avez de quoi noter pour que je vous laisse mon numéro de téléPHOne ? comme ça... au cas où vous avez un:: un petit imprévu... vous me prevenez...
CL je vous écoute...
OPA alors... c'est X ((prénom de la téléopératrice))... et mon numéro de téléphone c'est X...
CL X...
OPA X...
CL X...
OPA X...
CL X...
OPA voilà... et bah écoutez... je vous aPPElle demain alors à dix heures... y a pas de souci monsieur X ((nom du client))... on fait comme ça... je vous remercie...
CL [au revoir... à demain...
OPA à demain... bonne journée...
CL au revoir...
OPA au revoir...

Dialogue 12
Durée : 2'17''
Client : homme adulte (CL)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

CL X ((nom d'une entreprise))... X ((prénom et nom du client)) à l'appareil... bonJOUr...
OP bonjour monsieur X ((nom du client))... société X ((nom de l'entreprise))... euh::... ben je tenais à vous... à vous... à vous joindre... aujourd'hul::... car j'suis en::: en charge du déploiement de l'accord-cadre qui a été conclu avec la X ((nom de l'entreprise cliente)) et euh:: la tête de réseau X ((nom de l'entreprise cliente)) et X ((nom de l'entreprise)) pour votre campagne de communication loCAle... et::: donc j'sais pas si vous êtes un petit peu informé:: à ce sujet-là::... si vous avez reçu un mél d'information...
CL non... excusez-moi ( ) excusez-moi mais je reçois tellement de méls que

parfois je:::...
OP [oui..
CL [je je survole un petit peu les choses... très honnêtement oui...
OP [non non mais je sais... puis en plus... c'est peut-être pas forcément hier donc::... donc (...)
CL [ouais... euh:: (...)
OP [c'est quoi la je:: la société X ((nom de l'entreprise)) ? ça me parle vraiment là ou non ?
on est Google... on est Google partenaires... et en fait on apporte une campagne de communication loCAle... donc:: un ajout publiciTAIre... euh:: pour justement du référencement InterNEt pour que vous soyez visible... ben sur Google...
CL ben écoutez...
OP [voilà...
CL [moi je viens de passer alors là y a:: y a:: y a un MOIs... je viens de de:: de:: de signer avec... vous savez que X ((nom de l'enseigne)) regroupe tous les:: sites X ((nom de l'enseigne)) sur enfin sur ligne...
OP sur X ((site)).. vous avez basculé ?
CL ouais... ça y est... j'ai basculé moi...
OP [ben super... bon ben super...
CL [c'est bien...
OP [ben dans tous les cas la campagne elle sera pour ceux qui ont migré sur X ((site)) si vous l'aviez pas fait... j'aurais pas pu vous:: bah proposer ça...
CL [ouAIs... donc pour l'insTANt je vais VOIr un petit peu parce que LÀ::... euh::...
OP ouais...
CL [je suis vraiment en traversant le souterrain bon... euh::
OP [d'accord...
CL [pou/ pour l'instant j'suis pas très très::... enfin je veux VOIr un petit peu::... parce que on nous a promis un imPAct plus fort... et ceterA::...
OP ben ouais...
CL donc là c'est peut-être
OP [maintenant...
CL [un peu prématuré pour mes pour
OP [oui...
CL [mes POches
OP non NOn mais je comprends...
CL [oui... je pense...
OP [je comprends... di/ di/ disons qu'avec X ((site)) vous allez avoir un:: un résultat significatif sur le référencement NAturel... c'est-à-di::re... ce sont des
CL [voilà...
OP [références qui sont pas:: Google <u>AdWords</u> euh::... nous ce qu'on propose c'est de coupler ce bon référencement naturel parce que X ((site)) a un bon savoir-faire en termes de site InterNEt... c'est de coupler justement les deux euh:: les deux canots... pour pouvoir vous faire une une campagne de référencement pour X ((ville)) euh:::... une campagne de visibilité vraiment::
CL [oui...
OP [sur Google <u>AdWords</u> en première ligne...

CL BOn... pour l'instant monsieur je:: j'suis... j'suis
OP [moi je vous laisse quand même le temps
CL [je vais décliner votre Offre...
OP [oui...
non non non non
CL je vous remercie d'avoir appelé mais pour l'insTANt c'est:: c'était peut-être prématuré notre meeting...
OP on se:: rappelera on se rappelera sur le courant du premier semestre en:: deux mille dix-sept... et puis on fera un point...
CL ( ) d'aCCORd... très biEN...
OP merci de votre accUEIl... au revoir monsieur...
CL je vous remercie... au revoir...

Dialogue 13
Durée : 4'18''
Cliente : femme adulte (CLE)
PTE: femme adulte (PPE)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

PPE garage X ((nom de l'entreprise cliente))... bonJOUr...
OPA oul::... bonjour madame... euh madame X ((nom de la téléopératrice)) de la société X ((nom de l'entreprise))... est-ce que monsieur X ((nom du gérant)) est disponible... s'il vous PLAÎt ?
PPE non... c'est à quel sujet:: ?
OPA c'est au sujet d'un accord-cadre qu'on a avec votre tête de réseau X ((réseau d'enseigne))... et à la convention qui a eu lieu samedi derniEr... donc je voulais faire un point avec lui::...
PPE euh::: oui... alors:::... je:: vous demande un insTANt::... a::lors... vous... vous m'avez dit que vous êtes de la société::?
OPA X ((nom de l'entreprise))...
PTE X ((nom de l'entreprise))... d'a::ccord... et vous ê::tes ?
OPA madame X ((nom de la téléopératrice))...
PPE X-X ((épellation du nom))...
OPA X-X ((confirmation))...
PPE d'accord… et votre numéro de téléphone... s'il vous PLAÎt ?
OPA ah il est pas disponible ? est-ce que c'est ÇA ?
PTE il n'est pas en principe... puis-je vous rappeLEr ?
OPA d/d'accord... X ((numéro de téléphone))...
PPE d'accord...
OPA X...
PPE oui...
OPA X...
PTE je vous demande un instant... s'il vous plaît...
OPA merci... ((musique de fond))
CLE ((22'')) bonjour...
OPA oul... allô::...
CLE aLLÔ... oui je reprends la conversation...
OPA AH d'accord... vous:::... ê::tes une des co-gérantes peut-Être...
CLE oui... tout à fait...
OPA d'a::ccord... okey ben j'suis désolée j'avais que le nom de monsieur X ((nom du gérant))... euh:::...
CLE [y a pas de mal...
OPA ((rires)) aLOrs en fait effectivement... j'suis de la société X ((nom de

l’entreprise))... j’suis chargée de déploiement de l’accord-cadre... qui a été signé
CLE [OUi...
OPA [à votre tête de réseau X ((réseau d’enseigne)) au mois d’août... chez X ((nom de l’entreprise))... euh::: vous:: êtes::... vous êtes PAs une aGENce::: X ((réseau d’enseigne)) hein ? seulement vous hein::? si j’ai bien compris...
CLE [on est un stanDARd...
OPA c’est ça... puisque vous êtes d’aBORd un garage...
CLE hm hm...
OPA d’accord... okey... ça MARche... donc en fait:: du coup y a votre:: direction marketing qui nous a demandé de:: ben de déployer justement cet accord-cadre au niveau natioNAl... euh auprès de toutes les agences et tous les corNERs... donc je voulais prendre le temps de vous expliquer un petit peu le principe de campagne de visibilité pour votre page::: loCAle... agence::... du coup... X ((réseau d’enseigne)) pour X ((ville))... est-ce que:: vous avez un::... vous avez quinze minutes devant vous:: ou vous préférez qu’on se fixe un rendez-vous téléphonique ?
CLE le problème c’est que je n’ai jamais le temps...
OPA ((rires)) ouais... ( )
CLE [voilà::....
OPA donc du coup euh::
CLE [donc il faut que ça soit raPIde sinon il faut:: si vous avez la possibilité qu’on fasse par MÉl... cela serait bien...
OPA bon après y a ça qui est possible auSSI::... euh:: moi je COmme je ne me déplace pas j’ai un outil... qui me permet de vous partager mon écran si vous ê/ si vous êtes devant un ordinateur donc... à la limi::te... j’peux vous rappeler un autre moment... si vous voulez pour au moins... euh:: ben vous montrer un petit peu en quoi ça conSIste... euh::... parce que y a PAs que du référencement... y a du fait...
CLE [ah oui...
OPA [qu’y a plusieurs déTAIls... j’ai quand même besoin de vous connaître aussi un petit PEU pour euh:: au mieux répondre::... à vos besoins... donc:::... ce matin-là je peux on peut prendre dix miNUtes vous penSEz ?
CLE NOn... bon la semaine prochaine il est plus que possible que ça SOIt à midi ou entre midi et treize heures trente...
OPA oui ouais... y a pas de souci... ça ne me dérange PAs... euh::: vous ête/
CLE [vous voulez mon numéro de porTAble ?
OPA ouAIs... le lundi vous ê::tes... disponible ?
CLE oui::...
OPA d’accord... alors allez-y je vous écoute...
CLE X... ((numéro de téléphone portable))
OPA d’a::ccord... donc dans ce cas-LÀ lundi:: je vous appelle:::... je vous appelle à miDI::... si vous voulez... mi::di... ça vou/
CLE [parDOn ?
OPA vous voulez... midi... ça vous VA ?
CLE euh::: a/ appelez-moi pour midi et demi...
OPA D’A::ccord... et ben je vous appelle pour midi et demi::... lundi:: aLORs... dans ce cas-là...
CLE O::key... super... d’accord ?
OPA ben merci... et alors attendez parce que vous êtes mada::me?
CLE j’suis... X... ((prénom et nom de la cliente))
OPA d’a::ccord... et vous êtes une... des associées de...

CLE [y a un rapport...
OPA [monsieur:: euh X ((nom du gérant))...
CLE X ((nom du client))... c'est ça...
OPA d'a::ccord... ça MARche... ben écoutez c'est noté madame X ((nom de la cliente))... je vous remercie::.. je vous souhaite une bonne journée
CLE [merci à vous...
OPA à lundi alors... bon week-end... au revoir
CLE [à lundi... merci... au revoir...

Dialogue 14
Durée : 2'14''
Cliente : femme âgée (CLE)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

CLE allô ?
OPA oui... bonjour madame X ((nom de la cliente)) ?
CLE oui... bonJOUr...
OPA oui:: bonjour madame... j/ je suis X ((prénom de la téléopératrice)) de la société X ((nom de l'entreprise))... c'était JUSte pour vous confirmer le passage du technicien demain à quinze heures... à onze heures... pardon...
CLE [NOn j'ai j'ai j'ai... j'ai pas dit à la dame que:: un technicien passe... j'ai annu/ j'ai dit que c'est pas la peine... voilà... donc vous ne m'envoyez
OPA [ben... vous avez eu
CLE [personne
OPA [un monsieur
CLE parDOn ?
OPA vous avez eu un monsieur...
CLE ah NOn... j'ai pas eu un monsieur... non... c'est une DAme
OPA [AH...
CLE [qui m'a téléphoné... voilà::..
OPA [qui vous a téléphoné c'est un monsieur... j'ai l'enregistrement... donc c'est pour ça que
CLE [NOn... c'est pas un
OPA [je me permettais de vous contacter
CLE [monsieur qui m'a téléphoné... non non... aujourd'hui::? un monsieur m'a téléphoné:: ?
OPA AH:: NOn non non... il vous a appelé le vingt-huit...
CLE j'ai aucun souvenir...
OPA [il vous a appel/il vous a appelé lundi dernier... enfin lundi quoi... il vous a appelé lundi après-midi... et vous avez pris rendez-vous avec lui:: euh::... pour deMAIN à onze HEUres...
CLE OUI... c'est ÇA::... onze heures... deMAIn... onze heures...
OPA voiLÀ::... donc... c'est un monsieur qui vous a appelé...
CLE ouI::... oui oui... parce que j'en ai eu
OPA [ah... d'accord...
CLE [une autre dame qui m'a téléphoné:: plus tard
OPA [AH::... d'accord...
CLE voilà... donc je ne savais plus qui m'avait appelé... oui

OPA [ah parce que normalement non c'est pour ça:::... non non non::...
CLE [oui
OPA [on est de la société X ((nom de l'entreprise))... et on vous appelait en fait pour vous:: informer que:: le technicien passe bien demain à onze heures... tout simplement...
CLE AH::... voilà...
OPA [c'est d'accord ?
CLE [à onze heures...
OPA AH... oui... demain à onze heures... ((rires))
CLE oh d'a::/ d'aCCORd... onze heures... oui c'est ÇA::...
OPA [((éclats de rire))
CLE [j'ai entendu qui
OPA [c'est ÇA HEin::?
CLE [c'est à onze heures...
OPA [((éclats de rire))
CLE je comprenais PAS du tout... je me suis dit « aïe... (qu'est-ce qui se passe là »?)
OPA non NOn...
CLE [Okey...
OPA [c'est demain à onze heures... il avait marqué hein? c'est pour ça que je vous
CLE [d'accord
OPA [ai dit... c'est un homme que vous avez eu... ((rires))
CLE ouI::... oui oui oui... mais y a eu un::... un quiproquo avec une DAme et je cr/
OPA vous avez eu
CLE [c'est peut-être de chez vous...
OPA [peut-être une autre:: personne... peut-être... NOn... de chez nous NOn...
CLE [ouI::...
OPA [c'est impossible... MAIs:: peut-être d'autre part... oui... peut-Être
CLE [ah ben sinon c'était une autre personne alors...
OPA [oui... c'est peut-être d'autre part...
CLE et::: elle voulait absolument::: euh::: me coller quelQU'UN... et je lui disais NON::...
OPA [ouAIs...
CLE [mais elle me laissait pas en placer une... enfin en bref... j'ai raccroché
OPA [ah ben...
CLE [au nez euh... c'est::... voilà... elle:::...
OPA [ah ouI::?
CLE [elle était trop euh... persistante quoi... voilà...
OPA voiLÀ... ben je crois qu'on est nombreux en fait à:::...
CLE [ouI::... c'est ça::... et là je ne me souvenais plus...
OPA [à réagir pareil... hein ? ce qui est tout à fait norMAl::... et nous... on force pas... donc:: là je vois que...
CLE [ouI::... voilà c'est le même
OPA [en plus
CLE [que le monsieur m'a dit... voilà...
OPA [on est

tous enregistrés en plus... donc nous...
CLE [D'Accord...
OPA [c'est vrai que... y a pas de souci là-dessus hein ? d'aCCORd ?
CLE okey...
OPA donc y a pas
CLE [bon ben alors...
OPA [de souci... ça sera deMAIN... à onze heures...
CLE c'est parFAIt... c'est très très bien...
OPA [ben je vous remercie beaucoup... bonne journée madame...
CLE [allez écoutez au revoir...
OPA au revoir
CLE [à vous-aussi... au revoir
OPA [merci beaucoup... au revoir...

Dialogue 15
Durée : 2'43''
Client : homme adulte (CL)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

CL oui:: ?
OPA oui... bonjour...
CL bonJOUr...
OPA j'suis euh:: madame X ((nom de la téléopératrice)) de X ((nom de l'entreprise))... c'est bien monsieur X ((nom du client))? X ((prénom du client)) ?
CL oui::... oui::...
OPA ravie monsieur... euh:: vous aurez touJOUrs une entreprise de maÇOnnerie... n'est-ce pas monsiEUr ?
CL oui::... oui oui...
OPA très bien... est-ce que vous accepTEz les particuliErs? en tant que chantiErs ?
CL je fais QUE des particuliers moI...
OPA ah bah c'est parfait::... en fait monsieur... je vous appelle... puisque nous on a des deMANdes... des::: personnes qui cherchent vos prestatiOns... et on va les rediriger vers:: une entreprise de maçonnerie à partir du mois de...
CL [oui...
OPA [MAI... et:: vous... vous êtes toujours sur:::... la même VIlle où vous pouvez vous déplacer un peu plus bas sur le TREIze ?
CL n/n/ non:: MOI je me déplace là du... euh je me déplace dans tout le TREIze... mais je je je connais votre:::... là:: votre::: comment on appelle ça:: ? votre fonctionneMENt je coNNAIs... et ça m'intéresse PAs... on m'a déjà proposé...
OPA AH on n'a jaMAIs
CL [c'es/
OPA [appelé hein ? peut-être une autre sociéTÉ ?
CL [non mais D'AUtres... D'AUtres sociétés::... d'autres sociétés::.. ils font... je présume... qu'ils font là:: à peu près la même chose...
OPA [ils ont parlé de référenceMENt:: peut-Ê::tre...
CL [vous...

OPA [c’est ÇA:: ?
CL vous avez:: euh:: vous me fourniSSEz:::... vous me donnez des adresses des cliENts et puis vous prenez une commission sur le devis ou::
OPA [NOn...
CL [un truc comme ÇA...
OPA NOn...
CL [( ) j’sais pas QUOI...
OPA [monsieur vous vous trompez...
CL c’est pas ÇA::?
OPA [non non NOn... ça n’a riEn à voir avec ça::... non... ((rires)) ÇA:: c’est des problèmes de deVIs::... après:: y aura pas de retour...
CL [ouI::...
OPA [non non monsieur... NOUs c’est des
CL [oui..
OPA [personnes qui cherchent VRAIment vos prestations sur:: votre rayonneMENt... sur la localiTÉ::... et nous
CL [ouI::...
OPA [on va les rediriGEr directeMENt par téléphone... c’est des personnes
CL [ouais...
OPA [qui vous appellent directement sur votre téléPHO::ne... d’aCCORd ? pour demander
CL [oui::...
OPA [vos serVIces et vous allez faire le TRI pour choisir surtout les chantiers qui vont vous ramener un bon chiffre d’affaires et moins de CHAR::ges... donc le but
CL [okey...
OPA [c’est générer le trafic et faire sonner votre téléphone... en tout CAs:: monsieur... je veux PAs prendre beaucoup de votre TEMps... peut-être vous êtes en chantiEr...
CL ben oui...
OPA [donc vous êtes toujours... à X ((adresse du client))... c’est ÇA:: ?
CL oui oui::... y a plus le B mais on est à X... oui...
OPA d’accord... parFAIt::... donc nous... qu’est-ce qu’on va FAIre ? on va vous expliquer:: comment on fonctiOnne... d’aCCORd ? partager des visions
CL [oui...
OPA [ensemble avec mon:: collègue... monsieur X ((nom d’un collègue))... et après on va déciDEr si on peut travailler ensemble... on vous demande PAs une réponse immédiate... d’aCCORd ?
CL Okey... Okey::...
OPA donc je peux vous proposer pour le jeudi six... ça sera à partir de dix-huit heures le soIR::... d’accord ? après le chantiEr...
CL ouais...
OPA sinon... euh:: vous avez UN::... là je vois votre portable... est-ce que vous Avez de QUOI noter... je vais vous donner le portable de mon collègue aussi::...
CL NOn::... je suis sur mon chantier là... je suis ( )
OPA [je vous envoie par SMS si vous vouLEZ ?
CL [ouais... ouais... ouAIS...
OPA d’a::ccord... et vous avez un SI::te ou une page:: Facebook ou PAs::?

pour le l'entreprise ?
CL n/ NOn::... j'ai juste un e-mail... ça suffit...
OPA [d'accord... vous avez pas... D'A::ccord... très bien...
CL [ouais non... je suis... vous savez je travaille... je je travaille tout seul... j'suis PAS gros::... donc::... j'ai pas besoin de grand-chose...
OPA [ah:: ouais... je comprends... je comprends... en tout CAs monsieur donc... mon collègue il va vous expliquer tous les déTAILs... le six donc à dix-huit heures...
CL [ouais...
OPA il va vien/venir sur PLAce... et après on va décider si on peut travailler ensemble ou pas... on fait comme ÇA:: ?
CL [okey... okey...
OPA [merci beaucoup... passez une TRÈS bonne journée monsieur... et je vous dis à notre rendez-vous...
CL [au revoir... oui...
OPA au revoir...
CL [au revoir...

Dialogue 16
Durée : 1'30''
Client : homme adulte (CL)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

CL allô ?
OP oui::... bonjour... bonjour monsieur...
CL oui bonjour...
OP [euh::... oui:: bonjour... c'est bien l'entreprise de menuiserie euh:: X ((nom de l'entreprise))... c'est ça ?
CL oui... c'est ça...
OP d'accord... euh:: (...)
CL [vous êtes ?
OP [euh::... euh::... c'est la société X ((nom de l'entreprise))... moi c'est X ((prénom du téléopérateur))... en fait... je cherche à joindre le gérant... ce serait monsieur X ((nom du gérant))... s'il vous PLAÎt ?
CL pour ?
OP pour euh c'est par rapport à des demandes de clientèle... en fait pour de nouveaux chantiers sur... la ville de X ((ville))... aut/ aux environs également si c'est possible... donc j'aurais souhaité parler à monsieur X ((nom du gérant)) pour voir avec lui si éventuelleMENt... y a des possibilit/(...)
CL [attendez je vous arrête... vous voulez me proposer:: de faire des deVIs::... et cetera... et ceteRA ?
OP non ça... pas du tout monsieur X ((nom du client)) c'est par rapport
CL [alors...
OP [à des demandes de clienTÈle... donc:::... y a de la demande::... actuellement:: y a... depuis plusieurs mois déJÀ::... et:: euh::... en fait... on souhaitait savoir si on pourrait... éventuellement selon votre capacité::... vous rediriger quelques chantiers conCREts... donc c'est des:: demandes par rapport à des:: cliENts... des futurs clients (...)
CL [je vous donne un MAIl...

envoyez-moi un mail... et vous m'expliquez tout ÇA::... j'ai pas le temps...
OP d'aCCORd... en fait est-ce qu'on pourrait:: euh::... éventuellement euh::... avoir une rencontre directe avec vous... comme quoi ( ) on a l'habitude de le faire avec tous les professioNNELs ?
CL euh:::::... pas de suite... vous m'envoyez un mail... et puis on:: conviendra d'un rendez-vous...
OP d'accord... euh::... à quelle
CL [d'accord ?
OP [adresse... s'il vous PLAÎt::?
CL X ((épellation du e-mail))
OP oui... c'est le nom de la société::... oui::...
CL euh::... minuscule... sans trait d'uniOn...
OP oui:::... oui::...
CL @X point X...
OP D'A::ccord... très bien… entendu::... merci beaucoup... monsieur
CL merci... au revoir...
OP allez bonne journée...

Dialogue 17
Durée : 4'29''
Client : homme adulte (CL)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

OP oui monsieur X ((nom du client))...
CL [( ) excusez-moi...
OP [oui... excusez-moi oui... c'était euh l'oeuvre le souci de réseau... y a pas de souci... donc monsieur X ((nom du client))... je vous disais pardon... euh:::... alors... euh::... ça fait combien d'aNNÉes que vous exerCEz en tant qu'ostéopathe... s'il vous plaît:: ?
CL comme ostéoPAthe ça fait seize Ans:: et::
OP [seize ans...
CL [en kiné... ça fait trente-cinq ans...
OP AH d'accord très bien... donc:: (...)
CL [( ) ((rires))
OP [oui ((rires)) d'accord... en tant que kiné (...)
CL [la retraite dans trois quatre ans ((rires))
OP [d'accord... c'est très... c'est:: euh::... c'est c'est bien de le savoir... en fait... euh vous avez donc:: plus:: la:: l'habitude de travailler en tant que kinésithérapeute si je comprends bien... euh::
CL [oui j'ai une grosse clientèle en kiné libéRAle... et j'ai des soins en ostéopathie en libéRAle aussi::...
OP hm hm... hm hm...
CL [je fais en général le samedi::... mais deux samedis par mois seuleMENt... parce qu'on refuse de me VOIr ((rires))...
OP [d'accord... mais éventuellement entre:: lundi et vendredi vous ne travaillez PAs ? c'est ÇA ? si je com/ euh::... j'sais pas::... j'ai pas bien saisi...
CL [ben:: MOI en fait:::... je fais ma kiné euh::: donc ce qui me PRENd déjà douze treize heures par jour...

OP hm hm...
CL [donc...
OP [hm hm... hm hm...
CL ça fait que les après-midis hein ?
OP [AH d'accord...
CL voilà...
OP [je vois je vois... par raPPORt à ces deux activités en fait monsieur X ((nom du client))... on s'ra:: po/ ce sera poSSIble de vous rediriger des nouvelles demandes de clienTÈle éventuelleMENt... et donc on:: aimerait biEn:: avoir ma::: (...)
CL [en kiné NOn... parce que en kiné je suis plein::... je suis complet::...
OP d'accord...
CL [en ostéopathie... c'est possi::ble... de temps en temps ( )...
OP [D'Accord...
CL [ça peut arriver...
OP D'Accord... c'est très bien c'est très bien... c'est euh... c'est bien que je::: je le sache en fait... c'est TRÈs important... en fait je vous explique en bref sans trop vous retenir::... en fait NOUs::... la société X ((nom de l'entreprise)) elle contacte... elle a l'habitude de contacter toujours les ostéopa::thes... un ou deux par::: sur chaque:: euh::: grande ville en France:: et même sur les localiTÉs... et:: bien que bien sûr par rapport à la demande constante qu'il y a::: d'accord ? et donc on fait la redirection
CL [oui...
OP [de la mise en relation directe... par rapport aux:: patiENts:: et::: voilà... en FAIt... pour tout vous di::re... on aimerait bien dans un premier temps avoir plus amples informations par rapport à votre activité... par rapport à votre cabiNEt::... qui est je suppose... au::: bâtiment X... X... rue X... ((adresse du cabinet)) c'est ça:: ? l'adresse ?
CL X... X ((correction)) c'est le nom du pasteur qui s'appelait X...
OP d'accord...
CL certainement c'est un nom de ( )
OP d'accord... d'accord... est-ce que... habituellement monsieur (...)
CL [j'ai mis X ((nom de la rue)) parce que souvent les:: les::
OP [oui:::
CL [comment on dit ? les liVREUrs se trompent nous enVOIent les colis:: ( )
OP [hm hm... hm hm... oui::...
CL [et c'est pas du tout au même endroit... donc c'est pour ça que je spécifie::...
OP oui:::
CL [X ((nom de la rue))...
OP D'A::ccord oui... très bien... donc c'est cette adresse là... habituellement pour vos
CL [oui...
OP [rendez-vous professioNNELs donc vous::: vous accep/ vous:: prenez rendez-vous à cette adresse-LÀ... c'est ÇA ? si je comprends bien...
CL [oui::... c'est mon cabinet::... c'est mon cabinet bien sûr..
OP [d'accord... PARfait parfait... donc monsiEUr... bien sûr j'ai posé la question::... je vous explique... parce que... habituellement on a l'habitude:: de bien expliquer la cho::se... surtout

comment on:: on opère pour:: euh... euh rediriger la clientèle... les patients... les dossiErs... et donc on aimerait bien
CL [hm...
OP [dans un premier temps avoir un entretien direct avec l'un de nos experts... c'est mon collègue X ((prénom et nom du collègue))... bien sûr selon vos disponibilités horaires hein ? d'aCCORd ? euh::: a/ ac/ actuellement
CL [ouais...
OP [se/ serait-il possible d'avoir un rendez-vous avec vous euh::... pour la semaine prochaine s'il vous plaît ? avec monsieur X ((prénom et nom du collègue))... si vous voulez à partir euh:: moi je disais... c'est moi qui gère l'agenda hein ? bien sûr... euh::...
CL [euh je doi/
OP euh::... alors
CL [eh::: ce n'est pas évident évident parce que je suis chargé chargé euh::...
OP oui...
CL [je commence à neuf HEUres... et puis le soir vingt et une heures trente non-stop...
OP D'Accord...
CL donc c'est pas évident... non...
OP hm hm...
CL euh ce qu'on peut FAIre... si vous vouLEz je peux laisser mon aDREsse e-MAIl...
OP oui:::....
CL et:: donc comme ÇA::...
OP oui::...
CL [vous me laissez les coordonnées d'une part::...
OP hm hm...
CL [et là je vois avec mon agenda::... parce que là j'suis dans la RUe et (...)
OP [oui ben je comprends...
CL je prends un taxi parce que j'ai ma voiture à répaREr::...
OP d'accord...
CL j'ai rien sur moi... hein ?
OP [d'accord... y a pas de souci...
CL [alors mon adresse mél c'est X...
OP oui:::...
CL [X minuscule...
OP oui:::...
CL X-X ((épellation du e-mail))
OP oui:::...
CL @
OP oui...
CL [X point X...
OP pardon ? X@ ?
CL X point X...
OP ah X point X... d'a::ccord... je vous envoie
CL [oui...
OP [donc::... le nécessaire par MÉl comme ça vous pouvez:: euh::
CL [voilà... parce que MOI certainement là j'aurai mon agenDA:: et puis je vous conTACte... hein ? ( )
OP [OUI OUI bien sûr... d'accord... d'accord...

2120 CL [voilà...
2121 OP je vous con/ euh:: j'attends votre:: réponse comme ça on pourra::
2122 éventuellement fixer un (...)
2123 CL [c'est plus SIMple... hein ? c'est plus simple...
2124 OP [ouais...
2125 CL parce que là j'suis dans la Rue::...
2126 OP oui oui...
2127 CL [je prends souvent le taxi:: pour m'amener:: à ma voiture... parce que j'ai
2128 une autre voiture pour pouVOir... travaiLLEr...
2129 OP [oui::... je comprends... je comprends...
2130 CL [et l'autre est au
2131 gaRAge maintenant...
2132 OP d'a::ccord...
2133 CL [( )... ((rires))
2134 OP oui oui bien SÛr... pas de souci... ((rires))... au plaisir... monsieur X
2135 ((nom du client))... au plaisir...
2136 CL au plaisir... au revoir... merci... au revoir...
2137 OP [merci à vous... au revoir...
2138 CL au revoir...
2139 OP au revoir...

Dialogue 18
Durée : 4'32''
Client : homme adulte (CL)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

2140 CL A::llô ?
2141 OPA a/ oui::... bonjour...
2142 CL oui oui...
2143 OPA [c'est la société X ((nom de l'entreprise))... c'est:: pour le gérant... s'il
2144 vous PLAÎt ?
2145 CL qu'est-ce que vous FAItes madame ? allô ?
2146 OPA on est partenaires Google oui... c'est pour vous rediriger de nouveaux
2147 cliENts... euh:: pour la
2148 CL [oui...
2149 OPA [partie des livraisons:: ou service traiteur... vous::
2150 est-ce que vous faites::... de la livraison ?
2151 CL [vous êt/ vous êtes partenaire de
2152 Google ?
2153 OPA ouI::...
2154 CL on fait de la livraiSOn...
2155 OPA d'accord... euh::: donc... vous faites la livraison des PLAts:: ou:: c'est
2156 plutôt des piZZAs ?
2157 CL Ah:: non non non non... c'est les plats... c'est les plats...
2158 OPA d'a::ccord... euh:: en fait nous on est partenaires GooGLE... ce qu'on fait
2159 c'est qu'on capte les demandes des internautes qui cherchent vos
2160 prestatiONs... sur GooGLE... et on leur
2161 CL [ouais...
2162 OPA [redirige vers vous par téléphone...
2163 CL c'est ça ?
2164 OPA [c'est donc ces internautes qui vous contactent et c'est à vous de
2165 traiter leur demande... comme vous le faites d'habiTUde...
2166 CL d'aCCORd...

OPA mais euh::: justeMENt... on aimerait biEn vous rencontrer pour:: vous expliquer euh en déTAIL... comment:: nous fonctionnons et voir avec vous si::: euh:: on pourra travailler ensemble...

CL ouais... et comment ça MARche ? y a un contrat:: y a quoi... y a...

OPA oui... bien sûr... mais c'est le but du rendez-vous de vous expliquer tous ces détails-LÀ:... et:: de vous monTREr les nombres de recherches qu'y a sur votre zone... pour tout ce qui est partie livraison de PLAts:: ou de piZZA... e/ et:: vous faire une proposition:: et vous expliquer comment ça fonctionne...

CL euh::: ( )

OPA [je sais pas si vous avez une disponibilité pour la semaine proCHAIne... par eXEMple ?

CL mais LÀ::... NOn... sans sans PERdre de... euh de votre TEMps... ni de mon TEMps... je voudrais s/ saVOIr... euh:: les conditions... d'aVANce... si je peux savoir les conditions un peu d'aVANce... comme ça je vous dirai oui ou non...

OPA les commissions... les prévisions de PRIx... c'est ça:: ?

CL ben les conditions de::: de conTRATs:: les conditions:: voiLÀ::... euh:: euh::: par par rapport à vos presTAtions... voilà...

OPA hm hm... ouAIs euh:: on on on fonctionne pas de cette manière monsieur... on n'est pas sur ce créneau-là... on fait pas des propositions au téléphone en fait... donc::: je sais pas si vous avez trois quarts d'heures à nous accorder pour euh:::: un entretiEn... et vous aurez toute la réponse... donc::...

CL ((4'')) euh:::::...

OPA c'est à vous de (...)

CL [euh je suis... a/ a/ aPRÈs après... c'est:: c'est... c'est pour VOUs HEin ? ben c'est c'est:: c'est... moi moi plus vite je l'AI:::... eh:::... j'ai une vision sur le::: le::... ah voilà sur le:::... comment vous travaiLLEz... plus vite que j'ai une réponse hein ? mais aPRÈs::... comme vous vouLEz HEin? vous voulez qu'on prend [sic] un rendez-vous... on prend [sic] un rendez-vous...

OPA hm hm... hm hm... hm:: d'accord...

CL voilà...

OPA euh::: donc... pour la semaine proCHAIne... on va di::re... la semaine du TROIs... j'ai:: un créneau de libre mercredi...

CL mercredi ouI::... le maTIn ?

OPA euh:: l'après-midi... soit à quatorze heures... soit à seize heures...

CL mercredi à quatorze heures...

OPA à quatorze

CL [ouais

OPA [heures... d'a::ccord...

CL [d'accord...

OPA ça va être avec madame X ((prénom et nom de la conseillère))...

CL hm hm...

OPA d'aCCORd ? donc::: est-ce que vous avez de quoi noTEr? je vais vous communiquer son numéro::... donc vous pouvez la contacter au X ((téléphone de la conseillère))...

CL ouI::...

OPA donc c'est X... X...

CL X...

OPA X...

CL pardon ? X ?

OPA X... X-X...

CL X... oui...

OPA X...
CL oui...
OPA X... donc... c'est mercreDI::... le cinq avril... d'aCCORd ?
CL d'a::ccord...
OPA et:: vous vous êtes monsiEUr ? euh::: X ((prénom du client)) ?
CL X... X ((prénom et nom du client))...
OPA X... X ((confirmation))... d'aCCORd... et:: votre restaurant c'est X ((nom du restaurant)) et vous êtes situé X... rue X ((adresse du restaurant))...
CL rue X... X ((répétition))...
OPA X ou X ? ((confirmation))...
CL X...
OPA X... d'a::ccord... donc je vous dis à notre rendez-vous monsiEUr...
CL aLOrs... vous
OPA [d'accord ?
CL [m'avez dit X ((prénom de la conseillère))... c'est quoi son nom de faMIlle ?
OPA X... X-X
CL [AH...
OPA [X-X ((épellation du nom))... oui...
CL d'a::ccord...
OPA elle va venir dans votre restauRANt et:: elle va:: vous expliquer:: euh:: comment on travaille... j'esPÈre qu'on va travailler ensemble... monsieur... bonne journée ((petit rire))...
CL [bonne journée... au revoir...
OPA au revoir...
CL merci... au revoir...

Dialogue 19
Durée : 1'59''
Cliente : femme adulte (CLE)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

CLE allô::?
OP oui::... madame X ((nom de la cliente))... bonjour::...
CLE oui oui bonjour...
OP oui... excusez-moi de vous déranger... je me préSENte c'est X ((prénom et nom du téléopérateur))... euh:: c'est X ((nom de l'entreprise))... je vous aPPElle rapideMENt:: madame X ((nom de la cliente))... c'était dans la perspecti::ve... euh:: de vous faire bénéficier d'une informatiOn... si vous êtes propriétaire d'une maison individuElle... et ma question était de savoir si vous étiez sensible au fait de:: de... produire et de consommer votre propre énergie électrique...
CLE Ah... alors là... y a pas mon mari... je sais pas du tout ((rires))
OP [NOn... parce que NON NON... c'est imporTANt enfin... c'est
CLE [oui...
OP [important...
CLE [oui...
OP [ouI::...
CLE [hm...
OP [c'est important c'est même pas LÀ::... c'est même pas l'avenir... c'est le présent... donc

CLE [oui::...
OP [aujourd'hui::... par rapport à à à:: à à la CHERté... et par rapport au au au concept qui est très::... enfin::... qui est très développé::... je vous aSSUre qu'aujourd'hui vous avez la possibilité de produI::re... de consommer faire tourner vos appareillages... vous chauffer vous rafraîchir... et:: même stocker... donc::: y a beaucoup de PERsonnes qui nous aPPEllent...
CLE oui
OP [et::: donc::: vous avez droit à une éTUde en tant que propriéTAIre... c'est tout à fait gratuit ça vous engage à riEN::... MAIs... néanmoINs:: je sais PAs vous comment vous êtes à:: à d'électricité par mois:: à peu près... centaine d'euros...
CLE ouais à peu près... à peu près...
OP voilà... voilà... donc::: ce::: mois de MARs et jusqu'à:: la mi-avril... on:: inFORme dans tout le X ((ville))...
CLE oui...
OP et:: c/ j'aurai euh justeMENt notre conseiller il habite le X ((ville))... donc vous Êtes en activiTÉ ou c'est votre époux qui est en activité ?
CLE non non... on est tous les deux à la retraite...
OP d'a::ccord... NON... ce que je vouLAis vous dire maDAme X ((nom de la cliente))... voilà... MOI je vous propose une cho::se hein ? attention ce n'est PAs de l'insistan::ce... loin de là...
CLE oui...
OP [MOI j'ai des disponibilités pour la s'maine proCHAI::ne... convenant d'un rendez-vous que je vous a/
CLE [mais::... non::...
OP [je vous aPPElle la VEille... je vous aPPElle la veille...
CLE [oui
OP [vous me dites si c'est bon ou si c'est pas bon... tout simplement...
CLE NOn ben là en ce moment non... on a des problèmes de santé:: c'est surtout mon mari:: euh:::: on ne sera pas LÀ... on:: va aller sur X ((ville))... donc:: on peut pas...
OP [D'A::ccord... d'accord...
CLE et:: puis:::
OP [très bien...
CLE BOn... il vaut mieux rappeler::: aVANt mi-avril...
OP D'Accord... très bien...
CLE [pour:: avoir plus que cela ( ) (...)
OP [((des aspirations)) TRÈ:::S bien... merci beaucoup:::...
CLE [voilà...
OP MERci...
CLE [( )
OP [allez::... au revoir au revoir
CLE [au revoir...
OP [au revoir au revoir

Dialogue 20
Durée : 4'21''
Client : homme adulte (CL)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

CL allô oui ?
OP oui bonjour monsiEUr... bonjour... c'est:: X ((prénom du téléopérateur)) monsieur... de la société X ((nom de l'entreprise))... euh::... enfin j'étais en train de chercher donc::: une agence de location automobile avec chauFFEUr... qui peut assurer
CL [oui...
OP [des mariAges... des anniversaires... sur X ((ville)) et alenTOUrs... mais bon je sais pas si c'est votre cas...
CL euh::: oui:: mais c'est pas notre spécialité...
OP euh alors dites-moi... vous faites la location automobile sans chauFFEUr ?
CL avec chauffeur...
OP avec chauffeur... mais c'est pas...
CL [oui...
OP [c'est-à-dire... euh euh euh::: pour donc c'est:: juste pour des voitures donc utilitaires... c'est-à-dire tourisme seuleMENt ?
CL tourisme seulement oui c'est ça...
OP [ce n'est pas pour... voilà:: pour louer c'était... vous louez pas de:: camionnettes... ou bien des camions pour les professionnels...
CL [NOn... pas du tout... pas du tout...
OP [d'accord... je vous... je vous explique pourquoi en fait je vous ai posé la questiOn::... en fait nous... la société X ((nom de l'entreprise)) j'sais pas si vous en avez entendu parler... nous sommes les partenaires de Google en FRANce... on travaille déjà avec plusieurs donc:: gaRAges... à l'échelle natioNAle... vers qui on redirige DIrectement... des clients... et:: pour être honnête... j'ai:: PRIs l'initiative de vous contacTEr:: aujourd'hui POUr une simple raison... parce qu'on a BEAUcoup de demande sur::: euh::: sur X ((ville)) ou alentours:: bien sûr... par des personnes en fait qui sont à la recherche d'une société de location automobile avec chauFFEUr... soit pour:::... euh::: donc cérémonie de maria::ge... soit pour des cérémonies d'anniversai::re... donc:: voilà... et du coup euh::... on a été obligés de::: donc de chercher un ou bien deux:: ga/ donc::: agences à qui on va rediriger directement euh:: ce potentiel... d'accord donc je vous parle de la mise en relation en diREct... mais bon je sais pas:: si vous êtes le gérant...
CL si... c'est moi le géRANt::... mais euh::...
OP [d'accord...
CL [je vous avoue qu'on communique PAs par InterNEt... quasiment pas... quasiment pas::
OP [parce que c'est rare... c'est rare... hm hm...
CL c'est RAre ouAIs... c'est pas::... c'est pas::... c'est pas notre coeur de cible du tout...
OP hm hm... je sais bien comment ça se passe on travaille déjà avec plusieurs donc:: agences de location euh:: automobile avec chauffeur bon... MOI ce que je vous propose parce que moi je vous contacte à la base... parce qu'y a déjà de la recherche... d'accord ? donc... moi ce que je vous conSEIlle euh:::: vous savez plus que moi en fait que Google actuellement présente bien sûr un marché... eh::: bien import/ important bien SÛr surtout que::... surtout que dans votre secteur d'activité quand même... pour chercher par exemple une aGENce... pour quelqu'un qui connaît pas par exemple d'agences qui sont sur X ((ville))... automatiquement ils font des recherches sur Google directement...

d’accord ? MOI ce que je vous conSEIlle dans un premier TEMps... euh::: je voulais vous mettre en relation en direct avec un collègue à moi... c’est monsieur X ((nom du collègue))... comme ça on vous présente les recherches qu’on a sur Google... on vous dit voilà... sur sur X ((ville))... y a un taux... combien de personnes cherchent (...)

CL [oui oui... il faut di::re monsieur... je je vais faire gagner du temps à tous les DEUx... moi je... je travaille PAs du tout euh::... euh:: par... par Internet... c’est pas:::... c’est pas quelque chose qui m’intéresse à développer... je/ on a eu un SIte:::

OP [hm hm...

CL [depuis cinq ANs et je je l’utilise pas quand même... vraiment...

OP [hum... et quand même ça n’a pas marché ? ça n’a pas marché ?

CL [c’est PAs qui ça a pas marché::... c’est que les gens

OP [hm...

CL [cherchent les PRI::x par Internet... et moi je:: j’ je::... je::... j’fais PAs le prix...

OP d’accord... j’ai compris...

CL [je fais pas le prix parce que c’est

OP [hm...

CL [un métier qui s’est libéraliSÉ:: y a beaucoup plus

OP [je:::

CL [d’acTEURs et:: je

OP [je sais...

CL [peux pas faire à n’importe

OP [je sais...

CL [quel prix... voilà...

OP je sais... je vous explique un petit détail peut-être qu’y a une petite confusiOn... euh::: alors... nous en fait nous sommes pas:: comme X ((nom d’une entreprise)) ou bien comme:::.. d’accord ? c’est-à-dire... (...)

CL [NOn:: je comPRENds mais... si vous voulez

OP [hm...

CL [c’est pas contre vous les GENs qui CHERchent... par Internet... CHERchent le prix::... et moi je fais PAs le prix... voilà... je::... pré/ préfère rester une petite entité

OP [oui... ouais::... c’est c’est-à-dire

CL [comme on a::... avec des petites voitures...

OP hm hm...

CL et je:::

OP [de luxe... de luxe si je comprends bien...

CL [ouais exactement... exactement... moi ça m’intéresse pas de::...

OP [oui c’est pas de::... moi d’abord je

CL [ça m’intéresse PAS de répondre À::: milliards

OP [ah...

CL [de devis:: et::

OP [ah hm hm... hm hm...

CL [( )... je ne fais pas ça...

OP [déjà je vous explique... je vous explique un petit

détail... vous si je comprends vous faites donc:: de la location:: de luxe... c'est ça ?
CL c'est ça...
OP vous travaillez:: donc (...)
CL [et on a... on a des cliENts privilégiÉs avec lesquels on::
OP [je je je
CL [travaille toute l'aNNÉe::: et voilà...
OP [je dis pas le contraire... je dis pas le contraire... ne vous inquiétez pas:: parce que je sais bien comment ça se passe... d'accord ? ce que JE voulais biEN vous l'expliquer... moi je sais bien de quoi je parle... d'a-ccord ? actuelleMENt::... nous dans notre métiEr... nous cher/ nous travaillons pas avec tout le monde... d'accord ? nous travaillons avec deux::... trois sociétés comme MAx... sur chaque ville pour ne pas faire de la concurrence... d'accord ? et pour être hoNNÊte... on travaille déjà avec plusieurs sociétés de location automoBIle... avec chauffeur... et de luxe... d'accord ? qui nous font confiance... et je suPPO::se... ça c'est un/ c'est une supposition persoNNElle... je suPPOse que ce... si EUx... bien sûr ils nous font confiANce... c'est pas pour rien... d'accord ?
CL ah mais c'est pas une histoire de confiANce...
OP [m/
CL [c'est une hisTOIre de:: tractation::... de captation:: de clientèle... moi ça m'intéresse
OP [la captatiOn...
CL pas de choses comme ça (...)
OP [la la captation... la captation... moi je vous PArle de la mise en relation directe... c'est-à-dire nous (...)
CL [oui vous faites de la captation:: et moi ça m'intéresse PAs de travailler comme ça monsieur... ça je vous le dis euh honnêtement et voilà... et::
OP [d'accord...
CL [très poliMENt... voiLÀ::... je::
OP [NON NON... c'est pas grave... mais...
CL [je veux pas vous faire perdre votre TEMps...
OP d'accord... c'est:: je vous remercie... de toute faÇOn et::
CL [je vous en prie...
OP [je vous souhaite la bonne chance...
CL MER/

Dialogue 21
Durée : 4'48''
Client : homme adulte (CL)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

CL a::llô ?
OPA allô... oui:: bonjour... je suis bien avec le géRANt ?
CL oui::...
OPA oui::... c'est madame X ((nom de la téléopératrice)) de X ((nom de l'entreprise))... en fait je CHERche à X ((ville)) un garage qui fait... des multiMARques...
CL vous êtes tombée...

OPA [eh i/ comMENt ?
CL vous êtes bien tombée... ((rires))
OPA AH ((rires)) d'accord... vous vous FAItes la réparation carrosserie et mécanique... c'est ÇA ?
CL nous nous... PAs de carrosserie... on fait QUE de la mécanique...
OPA que la mécanique... c'est ÇA ?
CL [voilà... euh c'est::
OPA [d'accord...
CL [une grosse affaire de service... on fait... l/ la mécanique mais toutes MARques... on fait les hyBRI::des... les pneumaTIques... la climatisatiOn:: on fait tout... et on fait pas de... euh
OPA [d'accord...
CL [on fait pas de carrosserie...
OPA pas de carrosserie... d'aCCORd... MOI je vous je vous aPPElle dans le cadre de la société X ((nom de l'entreprise)) partenaire GooGLE et::
CL [oui::...
OPA [nous cherchons TROIs garages sur X ((ville))... parce qu'on a BEAUcoup de demande donc on CHERche à qui on peut rediriger de nouveaux cliENts... MAIs c'est à partir du mois de sepTEMbre...
CL hm hM...
OPA donc on voulait VOIr avec vous::... si vous êtes en mesure de géREr un peu plus de cliENts par rapport à ce que vous avez maintenant ?
CL euh:: ( ) vous dites un peu plus:: de cliENts c'est:::... c'est pas une grosse
OPA [alors...
CL [VAgue quand même... ((rires)) s'il y a::
OPA [comment ?
CL [deux:: ou trois véhicules... c'est:: deux ou trois véhicules supplémentaires mensuEls ?
OPA [NOn NOn... plus plus plus...
CL euh quand vous dites plus... c'est quoi ?
OPA [dans le mois... hein ? DANs le mois...
CL d'accord... mais quand vous dites plus
OPA [ouI::.. dans le mois...
CL [c'est à peu près combien ?
OPA ç:::a peut dans les diZAInes... à peu près même plus::...
CL bon::...
OPA [de toutes les FAçons... euh voilà... nous nous captons à travers beaucoup de canaux::... sur InterNEt...
CL [hm hm... hm hm...
OPA des internautes qui CHERchent justeMENt la mécanique pour tout type de voitures sur X ((ville))... donc TOUt simpleMENt... on les fait re::diriger vers vous... c'est-à-dire
CL [hm hm...
OPA [que le cliENt va passer directement par vous par téléPHOne...
CL d'a::ccord...
OPA [je sais PAs si vous... vous faites le déPAnnage par exemple...
CL no::n...
OPA PAs de dépannage... d'accord
CL [on fait pas de dépannage... non... non...
OPA D'Accord... donc QUANd il a envie par exemple de::: faire la mécanique

réparer sa voiture automatiqueMENt... nous:: on fait rediriger ces personnes LÀ vers vous... VOUs:: vous allez les traiter... les gérer comme vous le faites d'habitude... donc

CL [hm hm...

OPA [pour le moMENt... euh:: mon coLLÈgue... il est sur X ((ville))... la semaine prochaine...

CL hm hm...

OPA [d'accord ?

CL d'accord...

OPA [et::: même cette seMAIne... donc il veut biEn vous renconTREr pour vous expliquer tout d'abord...

CL bien SÛR...

OPA donc::... vous vous allez VOIr si ça vous conviENt ça vous convient PAs... nous aussi on va voir les prestations que vous... présenTEz...

CL hm hm...

OPA [alors généraleMENt vous êtes disponible le maTIN:: l'après-midi:: euh::...

CL le matin...

OPA le matin... très bien... c'est toujours à neuf heures hein ? c'est ça:: ?

CL ouais... même huit heures et demie:: je préfère... plus de bonne

OPA [d'accord... très bien

CL [heure... mieux c'est pour moi...

OPA [((rires)) vous êtes matiNAl ((rires))

CL [ouais... ouais... parce qu'après

OPA [d'accord...

CL [j'vais allumer l'atelier et:: j'ai plus du tout:: le temps...

OPA [c'est normal... tout à fait normal... je comprends

CL [ouais...

OPA aLOrs

CL [ouais...

OPA [dites-moi euh::... est-ce que le quaTORze juillet... vous travaillez ?

CL euh:::... je sais PAs::... si y a pas de/ c'est la FÊte le quatorze juillet...

OPA eh:: oul... mais lui euh... il traVAIlle il a des rendez-vous... mais siNOn je vais laisser pour le lundi d'après... MARdi d'après... le dix-huit...

CL [oui... le quatorze juillet euh:: si si:: siNOn... si c'est PAs une Fête... oui on travaille hein ? nous... si c'est PAs la fête... on travaille hein ?

OPA d'accord... est-ce que je peux laisser ÇA pour le::: mardi dix-huit... parce que je

CL [euh MARdi dix-huit...

OPA [sais pas si c'est un jour férié...

CL mardi dix-huit...

OPA [voilà... à neuf HEUres... à neuf heures je vais lui indiquer qu'à huit heures et demie c'est BOn... dès qu'il arrive... sur X ((ville))...

CL [oui...

OPA il vous reconTACte vous le premier... d'accord ?

CL [c'est bon... c'est bon...

OPA aLORs::: euh JUSte un petit un/ un petit insTANt... VOUs vous êtes monsieur X ((prénom du client))... ça c'est

CL [c'est ça...

OPA [votre nom ou votre prénom ?

CL prénom...

2583 OPA et::... votre nom ?
2584 CL X... X-X ((épellation du nom))...
2585 OPA X ? c'est ça:: ?
2586 CL X-X ((épellation du nom))... X ((nom du client))
2587 OPA X... X comme X...
2588 CL X-X... X ((répetition du nom))
2589 OPA d'accord... et::: le gaRAge... il est biEN situé au X... rue X ((adresse))...
2590 CL c'est ça...
2591 OPA PARfait... vous vous avez un porTAble ? comme ÇA... on peut vous
2592 appeler pour vous envoyer un SMS de confirmatiOn...
2593 CL mais:: je l'ai jamais sur moi...
2594 OPA ((rires))...
2595 CL [parce qu'à l'atelier... je l'ai pas sur moi...
2596 OPA ((rires)) d'accord... donc vous êtes joignable seulement sur le fixe...
2597 CL [sur le
2598 fixe...
2599 OPA [c'est ça ?
2600 CL dès qu'on m'appelle
2601 OPA [dans tous les/
2602 CL [sur le fixe... on tombe sur MOI... aux heures d'
2603 ouverture... ça c'est sûr...
2604 OPA accord... donc à neuf heures ou huit heures et demie... plutôt::... le dix-
2605 HUit... d'aCCORd ? euh:: VOUs vous avez des associés avec vous
2606 monsieur X ((nom du client)) ?
2607 CL non... pas d'associés...
2608 OPA non... d'accord... DONc vous me confirmez que vous faites SEUlement
2609 la mécanique pour TOUt type... de:: de
2610 CL [hm hm...
2611 OPA [voitu::re ?
2612 CL hm hm...
2613 OPA voiLÀ... est-ce que vous avez un site Internet ?
2614 CL ouais...
2615 OPA d'accord... très bien... aLOrs voiLÀ::... c'est bon donc... on se dit à notre
2616 rendez-VOUs ?
2617 CL ça marche... merci::...
2618 OPA MERci::: au revoir...
2619 CL [vous pouvez le consulter au X ((site)) en en faisant
2620 OPA [exacteMENt...
2621 CL [un bilan retour ?
2622 voilà vous allez le consulter:: et puis vous verrez ce que vous pouvez
2623 m'apporter en plus...
2624 OPA VOIlà::... vous avez tout compris... ((rires))
2625 CL [voiLÀ...
2626 OPA merci...
2627 CL bonne journée...
2628 OPA [merci monsieur... au revoir...

Dialogue 22
Durée : 10'
Cliente : femme adulte (CLE)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

2629 CLE oui allô::?

OP oui:: bonjour madame::... bonjour... euh c'est X ((prénom du téléopérateur)) madame... de la société euh X ((nom de l'entreprise))... en fait j'étais en train de chercher une auto-école qui fait le permis B ((raclement de gorge))... sur

CLE [oui::...

OP [X ((ville))...

CLE hm ?

OP qui fait aussi des facilités de paiements pour les candidats au cours de la formatiOn... et:: qui possède une infrastructure bien sûr à des normes et qui peut accepter de nouveaux candiDAts::...

CLE oui::...

OP [( )

CLE [mais vous avez déjà appelé... vous M'Avez déjà appelé pour ÇA...

OP NOn madame... ((rire jaune))

CLE euh donc c'est quelqu'un d'autre qui fait la même chose que vous hein?

OP sûrement... NON NON... c'est PAs la même CHOse... nous en fait nous sommes les partenaires officiels de GooGLE... moi moi J'AI essayé de vous contacter à onze HEUres quarante et quatre miNUtes d'aCCORd ?

CLE [hm...

OP [euh: midi moins le quart j'ai pas arrivé à vous joindre... pour cette raison j'ai renouvelé mon aPPEl... en fait::::: je vous contacte... pour une simple raiSOn... déjà:: pour les partenaires de Google y en a pas trop en FRANce... d'accord ?

CLE oui...

OP euh::: nous en tant que parteNAIres... donc on travaille pas avec tout le MONde... en tant que partenaires donc nous sélectionnons avec qui nous travaiLLONs... euh::: je vous contacte aujourd'hui pour une simple raiSOn... on a eu beaucoup de demandes sur X ((ville))... sur la partie per/ permis B... d'accord ?

CLE ouais... ouais...

OP et nous:: pour être honnête avec vous... en tant que partenaires Google... quand on conTACte... une minute... donc excusez-moi... ((raclement de gorge))...

CLE hm ?

OP oui::... vous m'entendez ?

CLE OU::i:::...

OP ouais... c'est ((rire jaune)) excusez-moi... aLORs... je vous ai dit en fait... nous en tant que partenaires Google comptant en fait qu'y a de la demande sur une ville bien précise... ou bien sur un secteur d'activité bien précis nous captons ces candidats via GooGLE... et ensuite nous euh... on les redirige par téléPHOne... euh:: vers les pros avec qui nous travaillons... d'accord ?

CLE ouais... ouais...

OP [du coup les autos-éCO::les voilà... elles reçoivent des coups de fil ciblés:: par des personnes qui sont basées déjà sur X ((ville))... qui ont besoin déjà de leur service... Et:: qui souhaitent bien sûr passer:: euh:: qui souhaitent passer pour... qui souhaitent passer:: euh faire leur permis... d'accord ?

CLE d'accord...

OP bon... moi ce que J'Ai voulu::... ce que j'ai voulu dans un premier TEMps... pour être honnête parce que moi j'ai pas trop trop euh... d'auto-éCOle...

CLE hm ?

OP bon moi je voulais vous mettre en relation avec un collègue une collègue

OP bon moi j'ai voulu vous mettre en relation avec un collègue une collègue à MOI... c'est madame X ((prénom de la collègue))... on VOUs présente les CHOses... on vous dit "voiLÀ:: maDA::me... combien de personnes CHERchent vos prestatiOns::... combien de personnes on peut vous rediriGEr::... voilà comment on les rediRI::ge" on vous communique

CLE [hm ?

OP [de plus en plus d'auto-éCOles... parce que nous travaillons déjà avec des auto-éCOles... VOUs discuTEz vous échangez avec elle... puis en fonction de votre échange vous pouvez décider de toute façon... d'accord ?

CLE oui::...

OP donc::: voilà... c'est une opportunité que vous n'allez plus avoir:: tous les JOUrs ?

CLE ou::ais...

OP [okey ?

CLE [eh a/

OP [donc::

CLE [attendez... vous pas/ vous vous me faites passer gratuiteMENt ? donc dites-nous combien ça coûte ces histoires...

OP [aLORs... pour pour le... voilà::... sommes pas même encore là... d'accord ?

CLE [((rires sarcastiques))

OP [non NOn... donc je VOUs explique POURquoi... je vais vous expliquer...

CLE [ouais...

OP en fait... la solution qu'on propose c'est une solution personnalisée... c'est-à-dire c'est en fonction de votre capacité à VOUs:: en fonction de vos... eh de de de... de::: en fonction bien sûr de votre capacité:: en fonction de... de... de votre agenDA:::... d'accord ? en fonction de plusieurs

CLE [hm hm...

OP [détails... c'est parmi les choses que::... pour lesquelles... moi je voulais vous mettre en relation avec X ((prénom de la collègue))... d'accord ? MAIs:: ce que je peux vous garantir... c'est que nous:: on n'intervient pas en ce qui vous allez faire de votre relation avec vos clienTÈles... et on n'intervient pas en ce qui concerne vos tarifs...

CLE [hm ?

OP [d'accord ? nous:: notre boulot ça s'arrête dans le fait de vous rediriger des clients... et:: ensuite c'est à vous de:::... de de... de:: donc de gérer ça... d'aCCORd ?

CLE [ouais...

OP en plus::... parmi les moTI::fs... j'/ bon... parmi les moTIfs donc::: pour lesQUELs comme je viens de vous dire... ça c'est une solution sur mesure... donc NOUs:: on vous explique nous comment fonctioNNONs... on peut vous dire "voiLÀ:: combien de perSOnnes... voilà comment c'est quoi par exemple les perSOnnes... c'est quoi le type de... perMIs:::" je suppose que vous faites le permis B... et que vous faites le COde aussi:: ?

CLE ouais...

OP [d'aCCORd ? Et:: donc::... euh::: donc... en fonction de notre échange vous trouvez que ça vous convient... donc c'est parfait... vous trouvez que ça vous convient pas bon... c'est pas GRAve... MAIs::... comme je viens de vous dire même concernant le coût:: c'est... à vous de::: de

participer... parce que c’est quelque chose qui ça vous... qui vous touche directement... d’accord ?

CLE OUi... hm ?

OP voilà... DANs toute faÇOn je suppose que vous êtes l’épouse du gér/ vous êtes la géRANte... l’associÉe:: euh:::...

CLE je suis toute seule iCI::... je suis (auto)...

OP [VOUS ÊTES TOUTE SEUle ?

CLE hm hm...

OP [AH D’Accord... ((rires))

CLE [c’est pour ça (...)

OP [donc vous avez la voix JEUne… vous a/

CLE [que je pense pas

OP vous avez la

CLE [je pense pas

OP [voix JEUne… pour cette raiSOn que je vous ai posé la questiOn... si vous êtes la gérante ou pas ((rires))...

CLE oui… je suis la gérante... oui... ((rires))

OP [d’a::ccord... bon::... c’est parFAIt::...

CLE hm ?

OP DOnc aLORs... euh::: m:::... donc moi je gère déjà l’agenda de X ((prénom de la collègue))... elle elle est très gentille comme vous... elle a la possibilité de passer vous voir selon votre disponibilité... à VOUs... d’accord ?

CLE [mais non mais::... je/ NOn mais je pense pas que ça COlle hein ? sincèreMENt... mais en PLUs:: sincèreMENt... vous n’êtes PAs le premier à m’appeLEr... on m’a déjà appeLÉ pour ÇA::...

OP hm hm...

CLE c’est pour ÇA que:: vous me dites NOn... et moi je:: suis je:: si si... c’est:: c’est...

OP [d’accord...

CLE [on m’a... on m’a déjà appelé pour ça:: et:: j’ai:: déjà dit NOn... à ce propos là je n’ai plus rien à vous parler:: (...)

OP [d’accord... maDAme en fait je vous exPLIque... non non... je vous comprends parfaitement... et moi j’apprécie

CLE [oui...

OP [ÇA::: et:: vous êtes très très gentille hein ?

CLE hm hm...

OP [ÇA:: je... je dois que [sic] vous le dire... alors... je:: vous explique un petit détail... nous maDAme... pourquoi je vous ai dit euh::: de toute façon... m/ m/ moi... au niveau quand je conTActe quelqu’un:: j’ai l’historique... par lui je fais savoir com/ combien de fois je l’ai contacté... moi

CLE [ouAIs::...

OP [je vous ai dit... en fait j’ai essayé de vous contacter à onze heures quar/ quarante-QUAtre... j’ai essayé de vous

CLE [oui...

OP [contacter... j’ai pas:: eu euh:::... j’ai pas eu personne... donc euh::: (...)

CLE [BON... mais c’était PAS:: votre orgaNIS::me... c’est peut-être quelqu’un D’AUtre y a y a pas que vous qui faites voiLÀ donc...

OP [peut-être... peut-être... je je vous explique la difféRENce... je vous explique la différence... et puis euh::: c’est à vous de:: décider...

CLE oui... oui...

OP [en fait... moi ce que::... ce que je pourrais faire... ça/ sûrement:: ça va vous intéresser... moi je vois pas::... pour être honnête avec vous... je vois pas::... donc... les raisons pour lesquelles vous dites non:: sans savoir de quoi il s'agit... parce que... en fait nous... comme je viens de vous dire... c'est une opportunité que vous n'allez PLUs avoir tous les jours::... étant donné qu'on a besoin JUSte de deux auto-éCOles sur X ((ville)) seulement... nous

CLE [hm ?

OP [en tant que partenaires X ((nom de l'entreprise))... en tant que partenaires officiels Google en FRANce... nous travaillons PAs::... avec toutes les auto-écoles... c'est pas juste des mots à dire comme ÇA::... MAIs:: notre solution

CLE [oul::...

OP [nous oBLI::ge... notre solution nous oBLIge de travailler que avec DEUx:: auto-éCOles... ou bien trois auto-écoles... parce qu'on peut PAs faire plus... d'accord ?

CLE oui...

OP [ce que je peux FAIre à mon niVEAU... moi je peux pas vous Dire "ça va vous intéresser... ou ça va pas vous intéresser" parce que... en fin de compte c'est VOUs la gérante... c'est pas moi... d'accord ? mais ce que je peux vous dire... si les auto-éCOLes nous font confiANce... sûrement que c'est pas pour rien... d'accord ?

CLE [oui...

OP moi... c'est un conSEil... si vous souhaitez... de toute faÇOn... moi je je je j'sais biEn de quoi:: vous êtes expérimentée::... vous avez diction::... je sais bien::... donc:: je:: c'est bien aussi bien... que c'est la périOde... d'aCCORd ? surtout que c'est la période de vacances donc automatiquement y a des candiDAts... MOI je vous PARle tout d'abord du mois de sepTEMbre...

CLE ouais::

OP [je vous parle donc... de la mise en relation DIrecte... parce que nous en tant que partenaires... nous CAPtons les prospets via GooGLE mais ensuite on les redirige PAR téléphone vers les pros avec qui nous travaiLLONs... à travers un sysTÈme ce qu'on appelle le système <u>Cost tracking</u>... donc du coup les pros:: ils reçoivent des coups de fil CI::blés... d'accord je vous parle de la MIse en relation DI::recte... je vous PARLe pas JUSte d'être présente sur des annuAIres... ou bien de travailler sur un site... comme X ((site)) sur un site par exemple qui propose juste des devis::... C'ESt pas ÇA::... l'avanTAge c'est que vous::... vous êtes la géRANte et vous restez toujours la géRANte parce qu'en fin de compte... c'est vous:: de d'accepTEr le:: le le le le candiDAt:: ou de le refuSEr... on n'intervient pas::... d'accord ? et le PLUS important que... comme je viens de vous dire on n'intervient pas en ce qui concerne vos tarifs... TOUt ce qui nous intéresse c'est simple... les infrastructures donc... euh::... à des normes... quelqu'un qui est expérimenté:: et qualifié::... d'aCCORd ?

CLE hm hm::...

OP [et:: qui peut accepter:: quelques candidats à partir du mois de septembre... SI vous souhaitez::... de toute faÇOn::... moi je gère l'agenda de X ((prénom de la collègue))... d'accord ?

CLE ouais...

OP elle est très gentille comme vous:: elle est professioNNElle... aussi biEN... comme vous... d'aCCORd ? on pouRRA::... discuter... et puis vous di::re... "voiLÀ::... combien de personnes CHERchent vos prestations sur X ((ville))... voilà combien de personnes on peut vous...

REdiriger”
CLE hm hm...
OP [donc... “VOIlà comment on les rediRIge”... eh question même de confiANce... “voilà les auto-éCOles avec qui nous travaillons”... si vous souhaitez même les contacter... VOUs les contactez... c’est pas grave... d’aCCORd ?
CLE hm hm...
OP [pour vous rassuREr... d’aCCORd ? ensuite... VOUs:: accepTEz::... parce qu’on CHERche... vous souhaitez RÉfléchir::... ensuite bien sûr ce c’est votre CHOIx::... on vous oblige à riEn::... d’aCCORd ? dans un premier temps bien sûr::... d’aCCORd ? ensuite si MÊme si vous refusez c’est votre CHOIx... même si que c’est pas d’un de nos objectifs... mais quand MÊme... d’aCCORd ? mais ce que je::... comme je viens de vous di::re... mais l’essentiEl c’est que::... vous donner::... vous:: vous... vous profitez de la chance...
CLE bon...
OP [d’accord ?
CLE [écoutez... vous savez QUOI ? vous allez me donner ce rendez-vous LÀ:: avec X ((prénom de la collègue)) ?
OP ((rires))
CLE [voiLÀ::... parce que NOn... je::...
OP [d’acc/
CLE [non je sais qu’il va être une HEUre... j’ai ma ma leçon de conduite LÀ... c’est pour ça que je::
OP [d’accord... d’accord...
CLE [je vous... je vous presse un petit peu...
OP [c’est pas grave... d’accord...
CLE euh pa/ par contre... je suis toute seule... donc j’ai un agenda qui est super charGÉ::...
OP hm hm...
CLE euh:: donc ça va être:: compliQUÉ... dites-moi ses::: disponibiliTÉs...
OP d’accord... je vais vous le di::re... vous quand est-ce que vous êtes disponible ? je vais::... je vous le dirai:: selon votre disponibilité à vous...
CLE mais:: moi c’est... le so/ c’est moi ah... MOI::... sincèreMENt:: c’est le mercredi ou le vendredi à partir de dix-sept heures...
OP juste un petit instant seulement...
CLE voilà... mais c’est... c’est c’est mes heures de permanence de bureau:: en fait
OP [biEn sûr... biEn sûr... juste
CLE [voilà...
OP [un petit instant seulement... je vais::: je vais bon de toute façon... je vais l’informer... je vais mentionner que:: que vous êtes chargée:: euh:: durant ces:: deux MOis... d’accord ? je vais bien préciser:: que::... bien sûr... euh je vous pa/ que je vous ai dit que:: ça sera à partir du mois de sepTEMbre... SI nous sommes amenés à travailler enSEMble ensuIte... bien SÛr...
CLE [ouais... non mais:: attendez parce que... j’ai me/... je me mets en vacances aussi... hein ? donc
OP [ah
CLE [j’suis là que jusqu’au vingt-huit juiLLEt::...
OP ((rires)) d’accord... c’est pas grave c’est pas grave...
CLE [eh:::: oui... quand même... je m’a/ je m’aRRÊte hein ? je m’aRRÊte le jeudi vingt-sept au soir hein?

OP D’A::ccord... et:: où sont::... les
CLE [pro/
OP [vacances vous allez passer en FRAnce ou::: c’est en-dehors ?
CLE euh::...
OP [je peux vous conseiller...
CLE [je sais pas... j’ai un campi/ j’ai un camping-CAr... donc je sais pas où est-ce que je vais aller...
OP Éh:::
CLE [donc
OP [bah oui... vous avez un camping-CAr... ((rires))
CLE [voilà donc
OP [j’adore...
CLE [je rePRENds le vin/... je reprends le vingt et un août hein ?
OP d’accord... juste une seconde seulement maDA::me... une seconde
CLE [hm hm...
OP [seule-ment... excusez-moi::... donc::... elle s’appelle madame X ((prénom et nom de la collègue)) pour que tout soit clair...
CLE oui...
OP [d’accord ? ((2’’)) hm voilà::... donc alors... euh::: la semaine proCHAIne... par exemple...
CLE ah oui...
OP [euh vous m’avez dit... vous êtes... vous êtes disponible plutôt:: donc LE ?
CLE alors... mercr/ le mercreDI::: alors qu’est-ce que je::... ça va durer combien de TEMps... cette histoire ?
OP euh::... trois quarts d’heures... une heure grand MAx...
CLE D’Accord... donc je... ou:::... euh::: mercredi... j’ai un trou à QUINze heures...
OP okey...
CLE sinon j’ai::... plus simple pour MOI... je pense... jeudi... treize... euh:: à QUINze heures... ( )
OP [jeudi treize à quinze heures... non NOn... jeudi trei::ze... à quinze heures... okey ?
CLE [c’est BON:: ?
OP ouAIs... ça seRA... juste pour le permis B::...
CLE hm hm...
OP [je vais bien mentionner que:: bien sûr ça sera pour le mois prochain... donc et que je vous ai parlé des mois prochains... que je vous ai pas parlé de ces mois:: de ces deux mois-CI:: et je vais mentionner...
CLE [ouais non... j’ai bien compris...
OP [que vous n’êtes pas sûre... ouais
CLE [voilà
OP [donc... de toutes les façons... de toutes les façons... moi je vous remercie beaucoup::... donc je compte
CLE [oui...
OP [sur votre amabiliTÉ::: parce que de toute façon::... X ((prénom de la collègue)) aussi... elle est très aimable comme vous:: et moi j’envoie pas des aima/
CLE [ah ben écoutez on veRRA...
OP ouAIs... j’enVOIe les aiMAbles que pour les aiMAbles... ((rires))
CLE [voilà...

OP [sinon
CLE [plus
tard on verra::... envoyEz/
OP [je le fais pas... ((rires))
CLE envoyEz-moi LÀ:: et puis on verra:: euh::: voilà... je vais voir avec elle...
OP [NOn... en PLUs ça
c'est bon... oh ben voilà... BOn:: je vous souhaite bonne CHANce...
CLE merCI::... bonne journée...
OP [je vous souhaite une très très bonne journée::.. JUSte madame...
votre nom c'est madame:::... X ((prénom et nom de la cliente))...
CLE [X/
OP [c'est ÇA:: ?
CLE X... ça c'est mon nom de jeune fille... oui... X ((prénom et nom de la cliente))....
OP parfait...
CLE nom d'épouse... bon...
OP [parfait..... X.. ((adresse de la cliente))
CLE [voilà::
OP voilà... MERci beaucoup...
CLE [avenue X...
OP alors... je vous souhaite une très bonne journée... ((rires))
CLE également... au revoir monsieur...
OP au revoir... à notre rendez-vous...
CLE au revoir...

Dialogue 23
Durée : 4'45''
Client : homme adulte (CL)
Participant : homme adulte (PT)
Téléopératrice: femme adulte (OPA)

PT ((nom de l'entreprise)) bonjour...
OPA oui... bonjour... je cherche à joindre le gérant s'il vous plaît... c'est madame X ((nom de la téléopératrice))...
PT ne quittez pas... ((10''))
CL allô...
OPA ouI::... bonjour::...
CL [oui...
OPA oui...
CL [bonJOUr...
OPA [c'est madame X ((nom de la téléopératrice))... de X ((nom de l'entreprise))... en FAIt... VOUs vous faites le permis B::... on est d'accord... mais est-ce que vous faites le permis:: voiture automatique ?
CL euh::: la voiture recommandée:: devrait être normalement là pour:: la rentrée...
OPA ah c'est bien... parfait...
CL [ça va se faire... ça va se faire normalement oui... c'est juste comme
OPA [d'accord aLOrs...
CL [la
réglementation a changé en début d'année:: que... que le déLAI de:: livraison et de commande en règle générale chez le concessionnaire met à peu près six MOIs... euh::: bon... on est assujettis alors... au délai de:: livraison::... au mois d'août... y a pas de livraison:: donc... ils se sont

engagés:: pour... nous livrer une voiture en... en septembre... potentiellement... donc:::

OPA [hm hm...

CL [les formations (...)

OPA [y a de la deMANde HEin ? c'est ÇA par rapport à la voiture automatique ?

CL ça VA:: commencer... en FRANce on n'est pas TRÈS:: formation boîte auto enCOre au niveau de de de la populatiOn... mais euh::...

OPA [hm hm...

CL [ça va::... ça va commencer:: ça va commencer à se développer puisque aujourd'hui euh... les candidats vont pouvoir passer en boîte auto euh::... en fait... ancienneMENt on:: passait son permis euh:: en boîte auto:: mais si on voulait revenir en boîte manuElle... on était obligés de REpasser son permis en boîte manuElle... aujourd'hui la

OPA [hm ?

CL [nouvelle réglementatiOn fait que:: on peut passer son permis en boîte auTO::... et le jour où on a envie de revenir en boîte manuElle... on repasse JUSte par:: l'auto-éCOle pour faire sept heures de conduite en boîte manuElle...

OPA [hm hm... ouais ouais...

CL [enfin... qui va faire délivrer une attestation sans examen à paSSEr et:: la préfecture vous change votre permis disons... c'est déJÀ beaucoup plus

OPA [hm hm...

CL [intéressant...

OPA ouAIs... à la base c'est-à-dire on doit tout saVOIr... quand même le manuel...

CL NON NON... on peut::...

OPA [si j'ai bien compris... non ?

CL [quelqu'un qui... quel/ quelqu'un qui veut passer son permis en en boîte auto euh:: peut directement le passer en boîte auto (...)

OPA [SANs passer par le manuEl il peut le FAIre?

CL qu'est-ce qu'il faut faire ? j'ai pas

OPA [c'est ça ?

CL [compris votre question... c'est-à-dire...

OPA [c'est-à-dire il passe PAs par le::... par le permis:: B... il PAsse automatiquement

CL [il PAsse...

OPA [le permis... mais euh:: automatique...

CL mais en FAIT ça s'appelle le permis B... c'est juste que c'est euh:: un permis B::... en boîte automatique...

OPA AH d'accord... okey… oui oui c'est vrai...

CL [LE B:: correspond... le B correspond au type de de catégoRIe... donc en l'occurrence B:: correspond à voiture...

OPA [y a le:::...

CL [( )

OPA [ah:: B... oui...

CL et donc

OPA [hm ?.

CL [c'est B::... ou:: euh::: B... euh::: c'est B:: ou A:: B-A... pour boîte automatique exactement...

OPA d’accord... très bien... alors MOI je vous explique le but de mon aPPEl... euh:: je
CL [oui::... dites-moi...
OPA [vous appelle dans le CAdre de la sociéTÉ X ((nom de l’entreprise)) partenaire de Google... actuelleMENt sur X ((ville))... comme un peu partout en FRANce...
CL oui...
OPA [euh:: on a énormément des deMANdes pour des adhérents... QUE ça SOIt
CL [oui...
OPA [pour le permis automaTI::que... mais surtout pour:: le permis B::... donc LÀ c’est qu’on
CL [hm hm...
OPA [connaît... d’aCCORd ? DONc nous... comme on travaille un peu partout en France avec des auto-éCOles... on rediri::ge des clients... d’accord ?
CL [oui...
OPA donc... on PRENd toujours TROIs... euh ou QUAtre auto-éCOles comme X ((ville))... à qui:: on va rediriger de nouveaux clients mais c’est PAs pour tout de suite... ça va être
CL [oui...
OPA [à partir du mois de septembre... DONc c’est des perSOnnes qui font des demandes sur:: plusieurs canaux::... Facebook GooGLE ça dépEND... NOUs... on vous met en contact direct avec le client donc c’est LUI qui va vous contacter directement par téléPHOne... et vous... vous allez le gérer comme vous le faites d’habitude...
CL hm hm...
OPA [en premier TEM::ps... on est en train de VOIr sur X ((ville)) avec les auto-éCOles... et... expliquer:: notamment notre solution d’abord... alors... euh je ne sais PAs si vous:: euh vous pouvez rencontrer... euh:: ma collègue... madame X ((prénom de la collègue)) la semaine proCHAIne ? elle vient chez vous
CL [at/
OPA [pour vous expliquer...
CL [donc la semaine prochaine... NOn:: la semaine prochaine c’est pas BOn...
OPA [ou la semaine d’après...
CL bah j’vais être absent là quelques semaines pour les vaCANces... euh:: par contre... est-ce que vous pourriez déjà m’envoyer aujourd’hui un MÉl ? euh:: en me
OPA [oui...
CL [récapitulant tout ÇA parce que là je dois partir en leçon donc... je vais deVOIr euh...
OPA [bien sûr...
CL [malheureusement écourTEr... mais est-ce que vous pouvez déjà m’envoyer un:: MÉl avec:: tout ce qui est proposé:: euh::... (...)
OPA [ouais... c’est vrai que:: notre façon de travailler... parce que c’est personnaliSÉ::... donc ça dépend de votre capacité (...)
CL [ouI mais de façon généRAle vous avez... de tout/ de toute façon je pense que vous avez une CHARte de toute façon une TRAme classique... et puis après en fonction des... en fonction des besoins des des des uns et des autres je suppose que vous travaillez en effet mais...

OPA [oui...
CL [déJÀ en termes d/ d'informations euh:: classiques... envoyez-moi ce que vous propoSEz::... et puis ben:: derriÈre:: moi quand je:: je::: je reviendrai des vaCANces je reprendrai le contact avec donc vous:: ou votre collègue à fin qu'on... qu'on planifie un rendez-vous...
OPA oui... si je peux hein ? je vous::
CL [d'accord...
OPA [promets rien... voiLÀ... c'est quoi votre adresse e-mail ?
CL X... X-X ((épellation du e-mail))...
OPA oui:::...
CL point X... tout attaché sans accent sans trait d'union...
OPA oui:::
CL @X point X...
OPA par::fait... très:: bien... j'ai fait...
CL [voilà...
OPA et sinon
CL [merci beaucoup...
OPA [bonnes vaCANces quand MÊme ((rires))
CL [à vous-aussi... c'est gentil... au revoir...
OPA merci... au revoir...

Dialogue 24
Durée : 3'59''
Client : homme adulte (CL)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

CL allô? aLLÔ::?
OP oui... oui monsieur... oui::... bonjour monsieur... bonjour::... c'est::: X ((prénom du téléopérateur)) monsieur... de la société euh:: X ((nom de l'entreprise)) euh:::
CL [hm hm...
OP [c'est pour le gérant... euh:: j'suis bien avec monsieur X ((nom du gérant))... c'est ÇA:: ?
CL oui... c'est ça::... c'est moi...
OP [c'est parfait::...
CL [ouais...
OP [alors monsieur en fait... on était en train de chercher une société de taxi::
CL [hm ?
OP [qui travaille sous rendez-vous... qui peut:: recevoir un petit peu plus de monde... euh:::: donc mais:: j'sais PAs en fait si c'est votre cas donc vous... vous travaillez donc sous rendez-vous:: vous... vous assurez donc juste des:: courts et moyens trajets:: ou::: vous faites aussi tout ce qui est (...)
CL [ouAIs les DEUx... les deux...
OP d'accord...
CL [dès qui ça dépasse un DAm... hm hm...
OP [d'accord... et vous travaillez j'suppose avec des particuliers...
CL ah oui...
OP [c'est ça ?

CL ah oui...
OP d’accord...
CL [ou::i...
OP c’est parfait... alors je vous explique pourquoi en fait::: nous:: euh:: monsieur X ((nom du client))... en tant que partenaires Google... on a eu beaucoup de recherches
CL [ouais...
OP [sur X ((ville)) euh:: par des personnes en fait qui sont à la recherche donc d’une société taxi... d’accord ? euh::: donc...
CL [ah oui ?
OP donc... voilà:: qui euh... euh:::: donc... qui sont à la recherche donc des soci/ taxis pour... qui peut assurer leur donc:: leur:: leur deMANde... et du coup euh::...
CL [ouais...
OP nous... en tant que partenaires quand on constate qu’y a de la demande sur une ville bien précise ou bien sur un secteur d’activité bien précis ce que nous faisons en fait
CL [ouais...
OP [nous captons les prospects via Google mais ensuite on les redirige par téléphone vers les pros avec qui nous travaillons...
CL hm hm...
OP [d’accord... donc je sais PAs si vous... vous avez donc j’sais pas... j’ sais pas si vous avez donc cette capacité de recevoir un petit peu plus de MONde... à ce propos ?
CL ah j’sais pas:: oui... LÀ j’ai... j’étais au pas sur:: euh::... j’suis au pas ( ) LÀ... vous me rappelez cet après-midi HEin ?
OP hm hm...
CL pour donner euh:::... pour donner le mot là... donner le mot... c’est bon ? euh:::
OP d’a::ccord... donc::
CL [ah oui... ah oui... ah... ah ouI et moI::... aux tarifs là... je... je suis taxi:: et je j’peux pas TROp rester au téléphone là::... désolé:: parce que::...
OP [d’accord... c’est pas grave... bon...
CL je vais chercher quelqu’un::... j’sais PAs:: euh::... par courriEr ou euh::... qu’est-ce que vous avez à me proposer:: ? (que c’était ?)
OP c’était::... c’était en fait de vous rediriger directement euh:: des clients par téléphone... en fait...
CL euh:: combien...
OP [ce/
CL [combien c’est?
OP en FAIt... c’est PAs... c’est:: en fonction de vous:: c’est en fonction de votre capacité c’est-à-dire c’es/ on:: travaille pas en pourcentage... c’est un... c’est un abonnement autrement dit...
CL ah BOn oui::... combien c’est l’abonnement ?
OP c’est en fonction de VOUs... en foncion de:: du nombre de personnes que vous pouvez assurer:: en fonction de vos véhicules...
CL [ah oui oui...
OP [que vous aVEz::... en fonction de votre interventiOn...
CL [ah oui... oui oui... ah moi je... j’ai qu’un véhiCUle mais si c’est euh:: si c’est cinq cent euros par mois l’abonneMENt c’est... ça va pas la peine vous voyez ? de le faire...

OP hm hm... je comprends...
CL voilà...
OP [bon moi... de toute façon...
CL [bon...
OP [ce que j'ai voulu... ouAIs?
CL oui:: dites-MOI::... comment ?
OP [bon moi... ce que j'ai voulu dans un premier temps bon... j'ai voulu vous mettre en relation euh:: avec mon collègue:: euh:: X ((prénom du collègue))... c'est notre expert c'est lui qui travaille avec des sociétés taxi...
CL hm hm::...
OP d'accord ? comme ça on aura donc la possibilité de vous présenter:: donc::... le nombre de... recherches qu'on a sur Google sur X ((ville)) ainsi que le nombre de personnes qu'on peut
CL [ouais...
OP [vous rediriger par téléPHOne... VOUs échanGEz:: avec lui::... et puis voilà en fonction de votre échange vous auriez donc la possibilité de::... euh::: de:: déciDEr...
CL D'Accord okey... d'accord... ça marche...
OP d'accord...
CL hm hm...
OP euh:::: de toute façon... euh:: comme je viens de vous dire... moi je GÈre déjà son agenDA... d'accord ?
CL ouais::... eh qu'il me raPPElle... qu'il me raPPElle LÀ::... je... je reconduis là...
OP [hm ?
CL je suis dans le viRA::ge... dans le X ((région))...
OP [hm hm...
CL [y a... y a plein de viRA::ges et tout...
OP hm ?
CL hein ?
OP hm ?
CL [qu'il me rappelle plus tard... hein ? d'accord ?
OP [siNOn... euh:: sinon ce que je vais faire je vais vous contacter moi-même demain::... d'accord ? comme ça vous pouvez vérifier votre agenDA:: et comme ça bien sûr on peut fixer un rendez-vous ensemble... c'est d'accord ? parce que je gère déjà son agenda... lui il peut pas vous contacter de toute façon...
CL [ah bon bon ben...
OP [lui il est toujours sur le champs...
CL bon... d'accord okey...
OP donc à demain ?
CL on ve/ à demain... d'accord... je SAIs que::...
OP [au revoir monsieur...
CL c'est PAs éviDENt... j'étais commerciAl avant d'être taxi hein ? j'étais commercial
OP [((rires))
CL c'est très dur
OP [On/
CL [d'avoir des numéros...
OP [a/a/a/ un un un
CL [c'est très difficile... d'avoir des
OP [un un un
CL [rendez-

vous... je le sais...
OP [un moment... c'est c'est... ça... c'est un avanTAge des puces en fait... donc::... alors
CL [ouais...
OP [vous allez voir vous-même... de toute façon donc je vous dis... à demain:: et::... donc:: voilà. ..je vous contacte dans la matinée:: on fixe un petit rendez-vous:: vous auriez mon collègue X ((surnom du collègue)) vous discutez avec lui... et puis voiLÀ...
CL [( )
OP [vous allez croire que c'était vous-même...
CL okey...
OP MERci beaucoup...
CL ça marche
OP à demain
CL merci... au revoir... au revoir...

Dialogue 25
Durée : 1'35''
Client : homme adulte (CL)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

OPA allô ?
CL Allô::...
OPA oui::... monsieur X ((nom du client))... excusez-moi... je me perMEts de vous rappeLEr... euh:: je vous ap/ je vous raSSUre HEIN ? ce n'est pas un appel comme vous avez sûrement l'habitude de recevoir... j'imaGIne... je vous aPPElle pour vous inforMEr monsiEUr... que dans les prochaines quarante-huit HEUres... il va y avoir un relevé d'herméticiTÉ qui sera effectué chez tous les propriétaires des maisons de plus de quinze ans... au niveau de la:: rue::... de la rue X ((nom de la rue))...
CL d'accord::...
OPA [donc... je vous raSSUre... qui c'est entièrement pris en CHARge... je vous
CL [oui...
OPA [exPLIque...
CL oui::...
OPA euh deMAIn ou après deMAIn le technicien passera prendre des mesures avec ses appareils électroniques au niveau des différents éléments qui composent la maison... pour ensuite les entrer dans une BAse de doNNÉes qui nous servira dans le cadre de la COP vingt-deux...
CL mais... mais vous êtes mandatés par qui ?
OPA [étant donné les cir/ alors... par ma société::... le groupe X ((nom de l'entreprise))...
CL mais::
OPA [c'est nous qui:::
CL [ils sont:: c'est la mairie de de X ((ville)) qui vous le demande ?
OPA [nous sommes les SEUls... ah NOn nous sommes les SEUls sur X ((région)) à::: faire cette opération...
CL bon::... ben écoutez euh:::

OPA [pour ensuite... alors... une FOIs euh euh:: les informations collectées chez vous (...)
CL [MOI moi le problème c'est que là...
OPA [chez un nom/
CL [je suis là exceptionnellement mais c'est ma mère qui est là qui a quatre-vingt-douze ans elle va pas lui ouvrir hein ?
OPA ah BAh l'idéal ce serait que vous soyez présent pour
CL [ah oui non mais là
OPA [être sensibilisé aussi
CL [je:: viens une fois toutes les::: toutes les deux ou trois semaines hein ? j'habite pas là moi...
OPA et quand est-ce que vous pensez que::...
CL [ouf:::...
OPA [parce que l'idéAl ça serait que vous soyez préSENt le jour où::... comme ça on vous sensibilise vous-aussi sur là:: (...)
CL [alors ça ça sera pluTÔt:: euh ça sera
OPA [qui s'occupe de la maison ?
CL [plutôt en septembre...
OPA c'est vous qui vous occupez de la maison de votre maman ?
CL [oul... oui...
OPA ouais ben mais l'idéal (...)
CL [donc... il vaut mieux que vous rappeliez en septembre madame...
OPA D'Accord... dans ce cas là je vous reconTACte au mois de septembre alors...
CL TRÈS BIEN::... merci beauCOUp::...
OPA bonne journée... au revoir...
CL [au revoir...

Dialogue 26
Durée : 3'52''
Cliente : femme âgée (CLE)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

OPA oui::... allô::?
CLE allô:::...
OPA oui::... bonjour... euh:: madame X ((prénom de la cliente)) ?
CLE oui oul::... parce que ça fait déjà:: deux minutes que j'attends votre sonneRIe:: là... euh bon... qu'est-ce que vous vouLEz ?
OPA alors excusez-MOI HEin? euh:::...
CLE oul... ben::: en fait... vous a/ c'est pas la peine de nous appeler de:: deux jours aVANt::... pour nous DIre qu'on va avoir un correspondant qui vient nous parler... hein ?
OPA euh NON NON pas du tout::... on ne vous a pas appelé deux jours aVANt madame... c'est notre premier appel...
CLE [c'est une façon de PARler maDAme::... d'aCCORd... okey euh::... euh:: LÀ ça fait bien DEUx minutes que j'ai attenDU... quoi...
OPA d'a::ccord... ben veuillez m'excuser pour ces aTTENtes...
CLE QUOI ? aLORs qu'est-ce qu'il vous faut ?
OPA alors:::... euh:: je vous appelle pour vous informer que dans les

prochaines quarante-huit heures donc... rue X ((nom de la rue))... il va y avoir un relevé d'herméticité qui sera effectué chez tous les propriétaires de maison de plus de quinze ans (...)

CLE [un... un relevé de quoi ?

OPA D'HERméticité... ((3'')) donc pour vous expliquer avec des mots plus SIMples donc dans la journée de demain ou d'après-demain un technicien passera prendre madame des mesures avec ses appareils électroNIques... au niveau donc des différents éléments qui composent votre maiSOn... pour ensuIte les entrer dans une base de données... et donc cette base de données servira à effectuer des statistiques dans le cadre de la COP vingt-deux::... je vous raSSUre hein ? c'est entièrement pris en CHARge... pour cela j'ai besoin de savoir donc si sur la journée de demain vous étiez plutôt disponible... matin ou l'après-midi ?

CLE [et:: et c'est qui cette société qui fait ÇA:: ?

OPA groupement X ((nom de l'entreprise)) madame... vous pouvez

CLE [d'aCCORd... okey

OPA [vous renseigner sur Internet...

CLE NON NOn MAIs:: j'suis pas intéressée du tout... merci...

OPA [l'objectif madame... n'est pas de vous intéreSSEr HEin ? vous êtes concernée (...)

CLE [euh:: c'est une obligaTION::... y a une loi

OPA [alors

CLE [qui m'oBLIge ?

OPA non... PAS du tout madame alors... CER/ ( ) (...)

CLE [voi::LÀ... on est bien d'aCCORd... donc c'est une démarche tout à fait commerciA::le que vous allez me

OPA [ah non... pas du tout

CLE [proposer

OPA [maDA-me... on ne vous ne vend riEN madame... on ne vous propose riEn nous... on effectue ce bilan thérmique dans le cadre de la COP vingt-deux madame nous et une fois que cette information est collectée (...)

CLE [oui ben:: non j'suis j'suis PAs intéressée... j'suis désolée...

OPA d'accord... madame…

CLE [voiLÀ...

OPA [je... l'o/l'objectif madame n'est pas de vous intéresser... un bilan comme ceCI::... NOUs:: c'est vraiment euh pris en charge hein ? pou/ pour notre éTUde... et un bilan comme ceci si vous le demandez::... il vous:::... i::: VOUS EN aVEz au moins pour cinq cents ou six cents euros madame...

CLE okey...

OPA [en soi... nous... elle est prise en CHARge dans le CAdre d'une éTUde pour sensibiliSEr le plus grand nombre de personnes madame... NOUs

CLE [oui:: je je (...)

OPA [le seul engagement que l'on vous deMANde c'est que::: c'est que tous les propriétaires soient LÀ tout simplement madame... je vous raSSUre on ne vous envoie pas n'importe QUI:: HEin ? le technicien est parfaitement identifiAble... il sera muni de son badge professionnel autour du cou::... ainsi que de sa carte d'identité et son numéro de matricule... je vous rassure (...)

CLE [non mais... je suis PAS:: intéressée... je viens de vous LE di::re...
OPA ouI... non mais y a aucun souci... maDAme...
CLE [je viens de préciser... qu'est-ce que vous vouLEZ::?
OPA [y a auCUn souCI:::... y a aucun souci:: (...)
CLE [voiLÀ... c'est TOUt...
OPA [mais y a un intéRÊt:: madame
CLE [moi j'ai dit tout ce que vous voulez:: HEin ?
OPA [personnel pour VOUs et votre faMIlle madame...
CLE pardon ?
OPA [savoir là où vous dépensez/ y a un intéRÊt::... persoNNEL pour VOUs et votre famil/ euh faMIlle madame... LÀ où savoir où vous dépensez de l'argent inutilement dans votre maiSOn::... d'un point de vue énergéTIque... et d'une autre part LÀ où votre maison que vous avez payée peut-être pendant vingt-cinq ans et qui se dégrade donc et perd donc de sa vaLEUr HEin? ensuite y a... il y a un intérêt collecTIf pour tous les français donc ils paient des imPÔTs et qui aimeraient::... qu'ils soient mieux utilisés car le gaspillage est parTOUt maDAme... donc votre intérêt
CLE [ouI:::
OPA [est de mieux connaître votre habitaTION... et saVOIr si vous ne dépensez PAs plus que néceSSAIre et pour la FRANce ça a intérêt de connaître la situation généRAle et réElle du parc immobilier français madame... je vous raSSU::re... euh::: c'est... c'est pas notre secteur d'activiTÉ... on ne va rien vous VENdre... nous sommes un bureau d'é::tudes techniques et d'ingénierie...
CLE ouI... mais vous avez un... une mission
OPA [je vous raSSUre...
CLE [à remPLIR:: et c'est le BUt c'est:: de trouver des::... des gens qui::
OPA [qui participent...
CLE [qui participent... c'est tout voilà::...
OPA [exacteMENt... c'est bien ÇA::... nous...
CLE [en tant que bureau d'études... vous avez un cliENt::... vous avez un cliENt qui vous a commissioNNÉ pour faire ça... on est bien d'accord::...
OPA ben non... PAS DU TOUT maDAme
CLE [donc... je vais remplir votre
OPA [on a avis avec le::... on a avis avec les offices notoriAUx madame... X ((région))... vous êtes répertoriés en fait sur un fichiEr... chargé de regrouPEr tous les propriéTAIres sur la commune... madame (...)
CLE [OUI:::... mais j'suis bien d'accord avec VOUs::... et je dis pas le conTRAI::re...
OPA bien SÛR...
CLE [ce ce ce::... eh: est-ce que je vous ai dit le contra::ire?
OPA [oui... mais ce n'est pas une démarche commerciAle... c'est ça que j'suis en train de vous expliQUEr... non on ne va rien vous VENdre par la suIte je vous raSSUre... on ne vous force à rien (...)
CLE [NON... mais vous vous avez EU:: quand même un conTRAt:: pour pouvoir faire cette miSSION::... en tant que bureau
OPA [p/

CLE [d'éTU::des... on est bien d'aCCORd::...
OPA ba/(...)
CLE [il faut pas être stuPIde quand même... vous êtes en (...)
OPA [ben on:: fait ÇA... DANS::: euh:: dans le cadre de ce métiEr madame... je vous raSSUre...
CLE [mais oui:::
OPA [on prend rendez-vous avec VOUs... pour que les techniciENs
CLE [bon... écouTEz...
OPA [FAssent des statisTIques dans
CLE [je vous réPÈte encore
OPA [le cadre de la COP
CLE [pour la É-NI-ÈME FOIS::...
OPA [vingt-DEUX:: maDAme
CLE je ne suis absolument pas... in-té-re-ssée...
OPA d'accord... BOnne journée à vous madame...
CLE au revoir...
OPA [au revoir...

Dialogue 27
Durée : 7'
Client : homme âgé (CL)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

OPA oui... allô ?
CL je vous écoute madame...
OPA oui... bonjour monsieur X ((nom du client)) ?
CL oui::...
OPA oui bonjour monsieur::... je me présente... madame X ((nom de la téléopératrice)) du groupe X ((nom de l'entreprise))... je vous aPPElle POUr vous inforMEr que dans les prochaines quarante-huit HEU::res... rue X il va y avoir un relevé d'herméticiTÉ... qui sera effectué chez tous les propriétaires de maisons de plus de quinze ans... euh pour vous expliquer (...)
CL [un relevé de QUOI... vous dites... madame ?
OPA D'HERméticité... excusez-MOI...
CL et alors ?
OPA BEn un relevé d'herméticité qui sera effectué chez tous les propriétaires de maisons de plus de quinze ANs::... euh pour vous expliquer avec des mots plus SIMples donc dans la journée de deMAIn ou après-demain un technicien passera prendre des mesures avec ses appareils électroNIques...
CL ah j'suis pas là demain... de toute façon ((rires))...
OPA coMMENt ?
CL de toute façon je ne serai pas là demain...
OPA d'a::CCORd... MAIs dans les autres:: jours à veNIr monsieur... euh::...
CL [bof...
OPA [au-riez-vous des disponibiliTÉs:: ?
CL mais j'suis pas du tout intéressé par votre hisTOIre... oui ?
OPA mais l'objectif monsieur n'est pas de vous intéreSSEr vous vous n'avez

3516		même PAs euh:::... entendu jusqu'À la fin de mon discours monsieur...
3517	CL	qu'est-ce que vous voulez me dire ?
3518	OPA	[je ne vais rien vous VENdre... je vous
3519		raSSUre HEin::? ceci n'est pas dans un but commerciAL hein ?
3520	CL	ben si::... vous êtes une société commerciAle...
3521	OPA	ben:: NON pas du tout nous sommes un bureau d'éTUdes...
3522		monsiEUr::... renseignez-vous sur nous... ((nom de l'entreprise))...
3523	CL	parce que l'X ((nom d'une entreprise)) j'suis client chez eux...
3524	OPA	coMMENt:: ?
3525	CL	je suis cliENt chez X ((nom d'une entreprise))...
3526	OPA	X-X-X... X... ((épellation du nom de l'entreprise))... monsiEUr ?
3527	CL	oui...
3528	OPA	nous
3529	CL	[( )
3530	OPA	[sommes un bureau d'études techNIques et d'ingénierie monsieur...
3531	CL	d'a::ccord... bon je vous écoute alors...
3532	OPA	a::lors... je vous exPLIque donc::... un techniciEN passera prendre des
3533		mesures avec ses appareils électroNIques en fait au niveau de différents
3534		éléments... qui composent votre maiSOn pour ensuite les entrer dans
3535		une base de doNNÉes... et donc cette BAse de données servira à
3536		effectuEr des statisTI::ques dans le cadre de la COP vingt-DEUx c'est
3537		dans le cadre donc d'une éTUde... c'est entièrement pris en CHARge...
3538		bien SÛR... NOUs on ne vend rien... on ne fait PAs de travaux c'est pas
3539		notre secteur d'activité monsieur X ((nom du client))...
3540	CL	et ça sert à quoi:: ?
3541	OPA	coMMENt ? donc... nous alors (...)
3542	CL	[et ça sert à quoi:: ?
3543	OPA	Alors nous... ça nous sert à QUOI donc... une FOIs:: nous... ces
3544		informations donc on fait des relevés chez vous hein ? chez vos
3545		voisins... chez un certain nombre de la::... de propriétaires hein ? de la
3546		commune suffisaMMENt bien sûr imporTANt... pour avoir un panel
3547		représentaTIf... qui nous permet donc d'effectuer nos statisTIques... et
3548		ces statistiques monsiEUr vont être ensuite revenDUes de façon
3549		anonyme... donc vous n'aurez pas de démarchage derriÈre... on ne vous
3550		proposera pas de travaux ou quoi que ce SOIt::... euh:: à différents
3551		organismes... tels que des groupes d'énergie::... euh comme des
3552		eXEMples hein:: ? à EDF ou GDF ou des bureaux d'éTUdes plus
3553		nationaux que le nôtre... donc ceLA servira à orienter les futures
3554		politiques de sensibilisation... et d'information concernant l'habitat
3555		individuel en France et plus précisément en X ((région)) monsieur... X
3556		((nom du client))... ((5'')) allô::...
3557	CL	vous me laissez perPLExe...
3558	OPA	coMMENt:: ?
3559	CL	vous me laissez perPLE::xe...
3560	OPA	euh:::: MOI monsiEUr::... euh:: nous sommes un bureau d'études
3561		techNIques hein? je vous le réPÈte... o/ah c'est PAs notre secteur
3562		d'activiTÉ::... donc on a besoin de ces relevés... après y a un intérêt pour
3563		vous hein ? comme pour NOUs... HEin ? vous... vous avez un intérêt
3564		persoNNEL... donc pour vous et votre f/ fa/famille hein ? savoir LÀ:: où
3565		vous dépensez de l'argent... inutileMENt:: donc dans votre maison dans
3566		point de vue énergéTI::que... et d'une autre part là où votre maison que
3567	CL	[ça m'étonnerait...
3568	OPA	[vous
3569		avez payée... co/ coMMENt?
3570	CL	[ça m'étonnerait...

OPA ben mais c'est
CL [ça m'étonnerait...
OPA [très bien pour vous:: bah C'ESt très bien pour VOUs: donc que vous ayez...
CL [( )
OPA [que vous avez payé monsieur pendant vingt-cinq ANs donc elle se dégrade et perd donc de sa vaLEUR::... ensuite y a un intérêt collectif donc pour TOUs les franÇAIs:: hein ? qui paient des impôts
CL [mais toutes les maisons perdent de la valeur... madame...
OPA coMMENt:: ?
CL toutes les maiSONs perdent de la valeur:: ( )
OPA [bien SÛR... j'suis tout à fait d'accord avec VOUs:: mais il faut bien les... il faut bien les entretenir en SOI::... ((rires sarcastique)) c'est ÇA::...
CL [pas d'histoire...
OPA [donc c'est pour sensibiliser le p/ euh:: le miniMUM vraiMENt... le PLUs de personnes poSSI::bles... nous en même temps c'est dans le cadre d'une éTUde qu'on fait ça::...
CL oui... parce que j'ai déjà... j'ai déjà fait appel à une personne justeMENt qui a fait des relevés de perte de... de::... de::... de d'étanchéité... de chaleur... voyez-vous ? ça c'est... déjà a été fait::...
OPA D'Accord... mais ça s'appelle coMMENt:: bilan comment ? vous avez fait du bilan therMI::que ?
CL bilan thermique... oui et éner/ énergétique
OPA [euh oui... aLORs... vous abando/ alors... d'accord... nous ce n'est pas du tout paREIL monsieur... on prend en COMpte tous les éléments de votre maison... hein ? le TOIts les murs les fenêtres l'étanchéité à l'eau à l'air::... car tout est lié dans une maison hein ? on ne peut pas prendre en compte QUE les déperditions en therMique... sans se préoccuPEr de tous les autres phénomènes... après nous on vous fera un compte renDU... après à VOUs::... de faire euh:::... li/ libre à VOUs en aucun cas on peut vous forcer à faire quoi que ce soit chez vous monsieur hein ? si tout va biEN:: même si tout va MAL:: hein ? chez la majorité... donc c'est une majorité de personnes tant miEUx::... sinon il vous fera un consTAt et libre à vous de FAIre le nécessaire... hein ? c'est comme
CL [d'accord...
OPA [le médeCIN::... il peut constater que vous êtes malade mais en aucun CAs::... vous obliger à vous soiGNEr on est d'accord monsieur X ((nom du client)) ?
CL oui mais le jour où j'serai::... le jour où j'en aurai besoin... je vous ferai appel... si vous vouLEz ? mais je vois pas d'utilité
OPA [mais::: y a auCUN souCI:::... ben je vous re/... co/ coMMENT ?
CL [pour le moment... je vois pas d'utilité...
OPA vous ne voyez PAs d'utiliTÉ::?
CL non... pas du TOUt parce que:::... la maison d'abord n'est pas à ven::dre...
OPA bien SÛR... ben ce qui est/... j'suis d'aCCORd...
CL ensuite je suis une personne âgée:: qui ne reçoit personne en prinCIpe... je dis en prinCIpe... sans l'aval de m/
OPA [bien sûr...
CL sans l'aval de ma fami::lle...
OPA ((rire sarcastique)) bien sûr...

CL [donc:: demain j'ne serai pas là en plus::...
OPA d'aCCORd...
CL euh... je vois pas d'utilité... hein ? honnêteMENt... je vois pas:: l'utilité...
OPA BEN y a l'utilité pour VOUs et pour NOUs...
CL [si ça sert à vous... c'est vrai mais::... ben vous pouvez ( )
OPA [BEN si monsieur... ensuite il y a un intéRÊt colleTIf pour tous les franÇAIs qui paient des impôts et qui aimeraient... qu'ils soient mieux utilisés car le gaspillage est partout:: monsieur donc votre intéRÊt est de
CL [écoutez...
OPA [mieux connaître votre habitation et de savoir si vous ne dépen/
CL [écoutez... j'ai fait partie d'un groupe...
OPA [si vous ne dépensez pas plus que nécessaire...
CL j'ai fait partie d'un groupement syndical... qui:: re/
OPA [oui::...
CL [qui regroupe dix-sept pavillons identiques à peu près au miEN::...
OPA bien SÛR...
CL bon BEn vous faites mon voisin::... et puis j'suis tranquille... voyez-vous ?
OPA ouI::... mais y a aucun souCI:: monsiEUr mais on do/ nous:: on doit sensibiliSEr le::... le plus grand nombre de perSOnnes c'est pour ça qu'on vous fait aPPEL [sic] monsiEUr...
CL ben appelez mes autres voisins::...
OPA [certes c'est une étude priVÉe:: mais elle servira au plus grand nombre de franÇAIs dans leur ensemble monsiEUr... c'est un zest/ c'est un geste...
CL [appelez mon voisin::... ((voix sarcastique))
OPA [excusez-moi... patriOte hein ?
CL appelez mon voisin puisque demain j'suis pas là...
OPA d'accord... mais dans la journée de jeudi monsIEUr::... seriez-vous dispoNIble ?
CL non::... non...
OPA coMMENt:: ?
CL non PLUs::... je dis...
OPA d'accord
CL [mais...
OPA [mais je vous rappellerai ultérieurement monsieur X ((nom du client))
CL [il/il/
OPA bonne journée à VOUs::...
CL [il va y avoir des chale/ il va y avoir des chaleurs... j'serai pas là...
OPA d'accord... ben y a aucun souCI:: mais::... on/ je reviendrai vers vous ultérieurement monsieur...
CL mais je vois pas l'intérêt pour moi hein ?
OPA BEn:: l'objectif n'est pas de vous intéreSSEr monsiEUr... vous êtes concerné étant donné que vous êtes propriéTAIre d'une maison
CL [voilà...
OPA [de plus de quinze ans et que vous habitez
CL [moi je/...
OPA [la commune...
CL [le seul conseil que j'ai à vous donner::... si vous voulez voir quelqu'un... dans le paviLLOn:: ah ben...

c’est... dans les pavillons identiques... c’est des Kaufman... si vous voulez savoir tout...
OPA bien sûr...
CL bien... vous prenez le le pavillon voisin::... et puis ça y est... ça c’est le même...
OPA d’accord... y a aucun souci::...
CL [ça va ?
OPA [mais on vous rappelleRA ultérieurement... monsieur...
CL voilà...
OPA [TOUt LE MONDE est concerNÉ... hein ? VOUs::... voiSINs... ainsi que l’ensemble des propriétaires français...
CL [m/ moi j’suis pas du tout intéressé par votre histoire...
OPA on ne peut m/... mais l’objecTIF n’est PAS de vous intéreSSEr monsiEUr... comme je vous l’ai dit:: hein ? vous êtes concerNÉ:: étant donné que vous êtes propriétaire d’une maison de plus de quinze ANs...
CL oui alors... ( ) (...)
OPA [on ne peut malheureuseMENt passer à la place sur aucune des maiSOns monsieur... on doit VRAIment sensibiliSEr::... ah/ un PLUs grand nombre de personnes hein ?
CL pour VOUs::... c’est pas pour moi...
OPA [on n’a pas le CHOIx que de venir chez VOUs:: monsieur pour effectuer ce relevé... si on pouVAIt le FAIre par téléPHOne
CL [je ne reçois personne
OPA [ça serait
CL [( ) madame...
OPA [plus SIMple pour NOUs... monsiEUr hein ?
CL je ne reçois personne...
OPA [Y A aucun souci::... d’accord... ben bonne journée à vous monsieur... au revoir...
CL au revoir madame

Dialogue 28
Durée : 3’19’’
Client : homme adulte (CL)
Téléopératrice : jeune femme (OPA)

CL allô::?
OPA oui bonjour monsieur... X ((nom/téléopératrice)) de la société ((nom de l’entreprise)) est-ce que j’pourrais m’adresser au gérant s’il vous plaît ?
CL oui... c’est moi...
OPA super... alors voilà... je vous conTActe dans le cadre d’un partenariat on cherche à investir:: euh:: dans un plan de communication... euh:: avant d’aller démarcher nos futurs clients... pour qu’on puisse faire nos PREUves euh:: parce qu’on va chercher à vendre... un plan de communication dans... d’ici un mois un mois et demi... euh::... qui:: enfin... on no/notre notre but c’est de prouver qu’on... qu’on est capable de développer une clientèle et de la fidéliser et du coup ben forcément... d’augmenter en chiffres d’affaires... sauf que ça:: même si je pre/... par une BElle plaquette commerciale à montrer à mes futurs clients... je ne vais pas être forcément crédible... donc c’est pour ça qu’on veut:: un...

un parteNAIre... comme ça on fait nos PREUves et ensuite on ira démarcher nos cliENts euh::... en leur montrant qu'on aura fait pour vous::... euh:: on investit dix a quinze mille euros donc c'est vraiment à prendre au sérieux... ce plan de communication comporte une association (...)

CL [c'est quoi::: ce ce... ce quoi ? ce quoi ça quinze mille euros ?

OPA c'est NOUs... on investit dix à quinze mille euros dans un plan de communication... on investit ÇA:: dans dans un plan de communication qui comprend une application mobile sur meSUre... avec une campagne publiciTAIre pour faire connaître et faire télécharger l'appli::... euh:: un logiciel de caisse in/ inclus euh:: au partenariat (...)

CL [vous êtes où.. euh attends attends... vous êtes où ? vous ête:::s... quelle adresse ?

OPA nous on est... nous on est situés à X ((ville))...

CL à X ((ville))... hm... allez...

OPA [donc moi en fait je vous conTActe... on investit tout ÇA::... euh vous à votre::: à votre disposition donc vous aurez une application... comme ça je vois que vous faites des vêtements femme les vêtemen/ les:: les vêtements ça marche plutôt biEN::... les femmes elles pourront::... avoir votre applicaTIon donc cela fidélise la clientèle... et quand elles ont envie d'acheter ben elles vont sur votre/ votre application puis elles peuvent consulter les nouveautés::... les prix::... euh voir où est-ce que vous êtes situé... pourquoi pas payer en li::gne et commander pour venir chercher en magasin après::... vous pouvez les informer des nouveautés:: euh::... vraiment on peut faire PLEIn de choses ( ) (...)

CL [est-ce que eu/euh::...

OPA [oui...

CL est-ce que:: vous avez un mail avec:: un document... quelque chose ( ) explication euh... c'est mieux... comme ça

OPA [on peut vous faire une

CL [avec téléphone..

OPA [présentation...

NON NON mais en fait j'suis là... je vous explique alors moi je je j'suis là pour vous expliquer le proJEt::... je finis mon explication et je vous dis tout... donc nous on prévoit ÇA::... après nous comme on investit dix à quinze milles euros::... euh ce qu'on attend de notre partenaire c'est que lui prenne en charge les frais de mise à jour... alors c'est une somme totalement dériSOIre c'est... c'est pas grand-chose mais il faut quand même le DIre... euh et le le... le prix:: ah ben moi je l'ai pas en fait... moi j'suis là pour contacter les par (...)

CL [mais non... madame madame... attends attends… mais j'ai pas compris tout de ce que vous parlez là... c'est pour ça que j'ai dit::... si vous... si possible... envoyez-moi avec un:::

OPA [OUI::... justement monsieur je... j'étais en train de vous dire (...)

CL [( ) quelque chose? voilà... c'est pas la PEIne... vous parlez de:::... comme ça et tout... mais j'ai pas comPRIs...

OPA ouI d'aCCORd.... MAIs justement... c'est ce que j'suis en train de vous DIre... si ça vous intéREsse... moi je vous envoie quelqu'un... en face-à-face qui (...)

CL [je sais PAs... je je sais PAs... ça inté/ ça intéREsse PAs... il faut que je voie d'abord je:::... envoyez-moi et je VOIs si ça intéRE::sse... et::: j'appelle::: ou:::...

OPA [MAIs non... vous pouvez pas me rejoindre sur mon numéro parce que ma ligne elle va être en::: (...)
CL [NON je peux pas aiDEr
OPA [( )
CL [je peux pas aider comme ça madame... voilà...
CLE [y pas de souci... bonne journée monsieur... au revoir...
CL au revoir...

Dialogue 29
Durée : 5'44''
Cliente : femme adulte (CLE)
Téléopérateur : homme adulte (OP)

OP oui bonjou::r...
CLE allô::...
OP allô...
CLE oui... je vous écoute...
OP [madame X ((nom de la cliente)) oui... je me
CLE [oui...
OP [présente... ben c'est X ((prénom du téléopérateur)) de la société X ((nom de l'entreprise)) excusez-moi... vous êtes bien la gérante de la société ?
CLE oui... mais là je suis dans le transport... dir/ dites-moi rapidement
OP [alor/alor/
CLE [ce que vous souhaitez... s'il vous plaît::...
OP [en fait... en fait::... rapidement c'est dans le CAdre d'un partenariat... nous recherchons un parteNAIre... nous cherchons à investir un plan de communication dans votre enSEIgne... euh::: grosso modo et en contrepartie... on on recherche un partenaire témoin... pour notre développement euh:: dans:: votre secteur... le secteur d'activité... euh:: beauté et (...)
CLE [j'ai toujours PAs compris ce que vous me proposez... excusez-MOI...
OP m/ma/ euh c'est pour vous (...)
CLE [parce que j'ai bien compris que vous cherchez un parteNAIre mais ça c'est une démarche commerciale qu'on fait depuis euh déjà douze ans... on cherche toujours un témoin pour nous faire dire « on développe » ça c'est... moi je veux des cho::ses... clai::res simples et::: et réelles...
OP [concrètes... oui oul::... mais c'est:: c'est tout à fait (...)
CLE [voilà la partie commerciA::le... ça n'a RIen à voir avec vous hein ? mais ça me soû::le... et c'est du baratin... mais vraiment en conCREt... qu'est-ce que vous avez à me proposer ?
OP ben nous nous en fait:: nous sommes::... créateurs et développeurs d'applications moBIles... des:: sites InterNEt... on fait des campagnes publicitaires pour::... pour:: on a déjà fait nos preuves... chez des grands groupes comme X... chez X ((noms d'entreprises))... et actuellement on souhaiterait vraiMENt avoir une:: une fenêtre dans le... dans dans... dans le secteur d'activité de la beauté::... donc on est
CLE [oui..

OP [prêts à investir une certaine somme hein ? on a::: un budget pour ceLA:: et::: euh:: ma miSSIon actuelle c'est de trouver un partenaire qui::... qui:: euh éventuellement... qui puisse être intéressé...

CLE mais ben voiLÀ... c'est plus clair... et c'est:: et c'est::.. ((elle bafouille)) voilà...

OP [((rires)) vous m'avez dit que j'étai/ que vous étiez dans le métro...

CLE [non MAIs

OP [c'est pour ça... j'étais en mode euh (...)

CLE [non mais... ce n'est pas pour vous... tout le monde fait la même chose... maintenant je suis contente des démarches commerciales...

OP vous êtes charmante...

CLE bon... c'est vrai qu'en ce moment je suis j'ai j'ai d'autres choses à... gérer j'ai d'autres préoccupaTIons... mais euh::... pour nous... peut-être hein ? si vous pouvez m'appeler une prochaine FOI::s ? euh que/

OP [oui...

CLE [quelle est la contrepartie de cette::: de ce partenariat ?

OP ben euh:: en ce qui concerne votre interêt::... vous c'est::.. une augmentation dans votre chiffre d'aFFAIres hein ? parce que c'est prouvé par (...)

CLE [oui MAIs... je PARle de la participation... quelle est la contrepartie qu'est-ce qu'on doit vous donner comme:: comme:::

OP [ben soit vous faites du::

CLE [soit c'est un abonnement on vous paye par MOIs... par année::... ou un pourcentage sur le

OP [voiLÀ... en fait...

CLE [chiffre d'affaires ?

OP grosso modo... si les deux intérêts... les les... les deux intérêts à colla/ à collaborer ensemble... euh:: sont susciTÉs... grosso modo nous:: on prend::... les deux premiers MOIs... les deux premie/ premiers mois la mise en CHARge... de toutes les:: face/ façons... nous on va investir si vous voulez le plus GROs... euh entre dix... dix à vingt mille euros et en fait vous aurez que les mises à JOUr::... par exemple si vous pre/ prenez le pack:: application euh... Internet... vous n'aurez que les mises à jour... mais c'est dériSOIre par rapport à:: par rapport au

CLE [d'aCCORd...

OP [au programme que

CLE [mai:::s les

OP [vous allez utiliser

CLE [mises à jour... ont quel

OP [hm ?

CLE [budGEt:: ? c'est mensuel

OP [ah grosso mo/ après

CLE [les mises à jour?

OP après c'est... c'est vraiment... c'est euh::... comment dire... c'est vraiment c'est::... c'est personnalisé::... ça veut dire si vous avez déjà un site InterNEt... vous allez peut-être prendre que l'application ça va coûter moins cher... mais je vais vous donner quand même une... une petite fourCHEtte hein ? même si...

CLE [VOIlà::...

OP [même si ce n’est pas...
CLE [une petite fourchette
OP [ce n’est pas
CLE [entre le minimum
OP [mon RÔle ((rires))...
CLE [et le maximum hein ?
OP le maxi/ le maximum pour pour vraiment une personne qui fait que du bouche-à-ar/... du bouche-à-oreille... autant pour moi... euh::: c’est grosso modo de deux cents euros le miniMUm... ça ça peut être de moins... moins de cent euros... vous voyez... donc ça vous donne... entre zéro à deux cents euros (...)
CLE [par mois... ou par:: ?
OP oui...
CLE [par mois ou par année ?
OP [excusez-moi... deux cents euros...
CLE hm hm...
OP [par mois... entre zéRO à deux cents euros... mais bien sûr... nous on vous DOnne un délai de deux mois pour voir vraiMENt... euh::: le résultat du chiffre d’affaires... après voilà::... il n’y a pas d’engagement...
CLE [d’aCCORd... et comment vous vous présentez dans les::
OP [BEn:::... nous... nous nous on est situés à X ((ville)) soit en fait... on::... soit on se décide au téléPHOne... SOIt vous venez dans nos locaux::... ou soit on vous envoi/ on peut vous/ on vous envoie un chargé de projet... voilà qui (...)
CLE [d’accord... mais comment vous allez présenter votre applicaTIon ? les gens doivent avoir cette applicaTIon ou bien
OP [NOn... en fait...
CLE [c’est sur un
OP [en fait...
CLE [site Internet ?
OP en fait... ça ça ça... ça dépend.. lors lors lors de votre rendez-vous avec:: notre chargé de projet... selon selon vos beSOIns... il vous dira euh::... si vous voulez un... un site Internet de toute façon... c’est des per/ c’est une personne très::... bon nous... si vous voulez on a la chance de travailler avec des <u>webmasters</u> donc:::... selon selon le cas::... selon les les... les personnalités... ou selon le proFIl... voilà par exemple si::... vous voulez par exemple que ( )... si vous voulez être répertoriés euh lorsqu’un client... il il cherche sur Internet institut de beauté::... vous voulez appaRAître (...) ((bruit d’un métro))
CLE [aLOrs... attendez... je je vous
OP [oui
CLE [arrête parce que là... j’suis euh... j’ vais passer tout le métro... sous:::...
OP [vou/ vou/ vous voulez que
CLE [tout à fait... ça va vous couper...
OP [je vous reconTActe ou euh:: ( ) ?
CLE [MAIs là là là j’suis vraiMENt très pressée...
OP oui... bien sûr...
CLE [ça c’est pas une chose qui peut:: immédiatement m’intéresser vu que j’suis en train de finir quelque cho::se mais:: euh:::... début septembre ou au mois de juillet... vous pouvez me RAppeler... quel est

OP [mois de juillet...
CLE [le nom de votre société ou de votre applicaTIon?
OP [X ((nom de l'entreprise))... X ((nom de l'entreprise))...
CLE [X... vous pouvez m'ENvoyer ça par SMS le nom de votre:::... société::? et votre PRÉnom... d'aCCORd ? que je vous garde... quand vous allez
OP [très bien...
CLE [me rappeler plus TARd
OP si vous voulez je peux...
CLE [je vais:::
OP [j'peux vous envoyer un mél ? c'est plus simple...
CLE [parFAIt...
OP je vous écoute...
CLE [alors c'est X... c'est X... X-X... ((épellation du mél de la cliente))
OP oui...
CLE X... @X.X...
OP [X ?
CLE [X@X.X...
OP @X.X... très bien... je vous envoie le mél avec mon contact
CLE [voilà::... et puis vous m'envoyez votre nom::... le nom d'application...
OP [le nom...et je vous donne MÊme mon numéro persoNNEl... si vous voulez qu'on se voit ?
CLE [ben::... envoyez le numéro persoNNEl... MAIs je/
OP [oui...
CLE [je suis sûre que ça sera pas tout de suite... parce que nous avons
OP [y a pas de problème...
CLE [vraiment d'autres préoccupaTI::ons... et d'autres choses à:: à fin::/ à finaliSEr::...
OP [oui...
CLE [donc:::... voilà...
OP très bien... (...)
CLE [bon là... ça y est... je passe X ((station de métro))... ça va bientôt couper... en tout cas... je vous... quel est votre prénom ?
OP mon prénom c'est X ((prénom du téléopérateur))...
CLE X ((prénom du client))... je vous remerCIe pour votre efficacité...
OP [je vous envoie le mail de présentation...
CLE [c'était gentil... merci d'aVOIr compris::...
OP merci à vous...
CLE [d'avoir été::... PRÉcis et clair... j'ai apprecié...
OP [vous êtes adorable... ben je vous remercie
CLE [merci...
OP passez une très bonne journée hein ?
CLE je vous en prie... au reVOIr...
OP [au revoir... madame...

Dialogue 30
Durée : 1’04’’
Cliente : femme adulte (CLE)
Téléopératrice : femme adulte (OPA)

3990	CLE	X ((nom d’une entreprise))... bonJOUr...
3991	OPA	oui... bonjour maDA::me... X ((nom et prénom de la téléopératrice)) de la
3992		société X ((nom de l’entreprise))... je souhaite s’il vous plaît... être mise
3993		en relation avec le directeur de cabinet ou un des gestionnaires qui
3994		gèrent le standing de copropriété... s’il vous plaît madame...
3995	CLE	euh c’est à quel suJEt:: ?
3996	OPA	c’est pour pouvoir leur proposer l’optimisation au niveau des
3997		conTRAts::... d’énergie qui gèrent sur de différentes copropriétés... nous
3998		euh::/ les accompagnant dans cette tâche rapidement...
3999	CLE	NO::n... j’suis désolée on répond PAs au:: démarchage commercial... je
4000		vous reMERcie en tout cas...
4001	OPA	[oui... je peux::
4002	CLE	[une bonne jourNÉe::...
4003	OPA	j’peux envoyer une documentaTIon éventuelleMENt ? et après la
4004		personne::... elle peut peut-être être intéressée parce que euh:: vous
4005		savez... on travaille avec toutes les::: les::... (syndics) au niveau de la
4006		FRANce en généRAl... les gens ne refusent PAs::... du fait que c’est
4007		gratuit qu’on les aide simplement dans cette TÂche... on leur prend pas
4008		le travail... on leur donne simpleMENt... euh on les AIde... euh:: dans
4009		cette::: dans ce travail qui est quand même assez fastidieux:: et voiLÀ::
4010		nous on est juste là pour vous perMEttre (...)
4011	CLE	[vous souhaitez envoyer une documentation
4012		par MÉl ou par voie posTAle ?
4013	OPA	par MÉl... s’il vous plaît madame...
4014	CLE	donc sur X@X.X ((mél de l’entreprise))...
4015	OPA	d’accord... très bien... ben écoutez j’envoie la documention... MERci
4016	CLE	[PARfait...
4017	OPA	[beau
4018		coup
4019	CLE	bonne jourNÉe...
4020	OPA	merci::... au reVOIr...
4021	CLE	au reVOIr...