

Luísa Bonetti Scirea

**“ ESSA É DAS NOSSAS! ”: o (s) sentido (s) e expectativa (s) do
trabalho em uma loja de shopping em Florianópolis**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
a obtenção do Grau de Bacharel em
Ciências Sociais pela Universidade
Federal de Santa Catarina.

Orientador: Prof^o. Dr. Rafael Victorino
Devos

Florianópolis
2016

Luísa Bonetti Scirea

“ ESSA É DAS NOSSAS! ”: o (s) sentido (s) e expectativa (s) do trabalho em uma loja de shopping em Florianópolis

Este Trabalho de Conclusão de Graduação foi julgado adequado para obtenção do Título de “Bacharel” e aprovado em sua forma final pela Coordenação do Curso de Ciências Sociais.

Local, 02 de Março de 2016.

Prof.º Tiago Losso, Dr.º
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof.º Rafael Victorino Devos, Dr.º
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.ª Viviane Vedana, Dr.ª
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.ª Maria Soledad Etcheverry Orchard, Dr.ª
Universidade Estadual de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, Prof^o Rafael Devos, pela orientação que foi fundamental para transformar algumas ideias “semi-conectadas” de uma estudante de graduação em um efetivo projeto de pesquisa; e agradeço pela enorme paciência que teve comigo, fundamental para que eu conseguisse concluir este trabalho.

Agradeço às professoras Viviane Vedana e Maria Soledad pelas considerações, críticas e sugestões a este TCC e pela disponibilidade e gentileza em ler este trabalho dentro de um prazo de tempo tão curto;

Aos professores e professoras do curso de Ciências Sociais, aos colegas e companheiras de graduação, agradeço pelos anos de estudo e aprendizagem que vão muito além do ensino formal; À querida Rose, e aos demais servidores(as) do Curso de Ciências Sociais, agradeço pela disponibilidade e cordialidade em ajudar e garantir que os (as) graduandas desesperadas se formem;

Às minhas amigas, companheiras de trabalho e interlocutoras de pesquisa, agradeço pela disposição em me permitir realizar a pesquisa, pela tempo e paciência em responder às minhas perguntas e por terem tornado uma experiência de trabalho em algo tão “rico” e prazeroso;

Este trabalho não teria sido concluído e eu não conseguiria me formar sem o grande apoio e colaboração de meu pai, Romeu; de meu companheiro, Raphael, de meu leal “marido”, Romulo e de Marco, trabalhador que gentilmente imprimiu este TCC em poucas horas. Agradeço também ao incentivo de minhas tias e avó, de minhas amigas Natália, Luciana, Rari, Candy, Diane, Lari e todos(as) colegas e amigos(as) que me motivaram a concluir este TCC.

RESUMO

Muitos dos estudos sobre trabalho atualmente comentam sobre o capitalismo flexível e as mutações no mundo do trabalho contemporâneo indicando uma precarização do trabalho e o fim do “longo prazo”. Isso se manifestaria no aumento de empregos temporários. Na cidade de Florianópolis, durante o verão, o grande contingente de turistas faz com que a demanda por trabalhadores(as) no setor de serviços aumente, possibilitando que muitos (as) dos estudantes locais se empreguem em trabalhos temporários, principalmente em shoppings centers, bares e restaurantes. Estes(as) jovens se juntam ao contingente de pessoas que são trabalhadores(as) permanentes, colocando em uma mesma posição - a de “funcionário” - grupos de pessoas de diversas origens sociais, com intenções diferenciadas a respeito do trabalho. Esta foi a situação que observei em uma loja de um shopping center de Florianópolis quando me empreguei como vendedora temporária em 2012 e retornei como trabalhadora/pesquisadora em 2013. A partir do grupo de trabalhadoras e ex-trabalhadoras desta loja, busco estudar as relações de trabalho e sociabilidade que se estabelecem entre elas; compreender quais os sentidos e os projetos que elas elaboram acerca da experiência de trabalho, assim como identificar possíveis táticas que elas criam no movimento contínuo de conseguir maiores benefícios com seu trabalho.

Palavras-chave: Antropologia. Trabalho. Sociabilidade. Táticas.

ABSTRACT

Many of the studies about labor today comment on flexible capitalism and the mutations in the contemporary world of work indicating a work precarization and the end of the “long-term”. This would manifest in the raise of temporary jobs. In the city of Florianópolis, during the summer, the great contingency of tourists increases the demand for workers in the service sector, making possible that many local students are employed in temporary jobs, mainly in shopping centers, bars and restaurants. These young women and men join into the contingency of people that are permanently workers, putting in a same position – the “employee” – groups of people of many different social origins, with different intentions about the work. This was the situation I observed in a store of a shopping of Florianópolis when i get a job as a temporary saleswoman in 2012 and returned as worker/researcher in 2013. From the group working women and former working women, i seek study the work relations and sociability that’s established between them; understand the meanings and the projects that they elaborate about their work experience, as identify possible tactics that they create in the continuous movement to achieve greater benefits from their work.

Keywords: Anthropology. Labor. Sociability. Tactics.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	07
1.1	METODOLOGIA.....	10
2	NA LOJA: TRABALHO E TÁTICAS	15
2.1	A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO: A LOJA E OS CARGOS.....	15
2.2	AS DUAS LÓGICAS: O MERCADO E A DÁDIVA.....	24
3	NARRATIVAS, TRAJETÓRIAS E PROJETOS	35
3.1	CHEGANDO À LOJA NO SHOPPING.....	35
3.2	NARRATIVAS E VENDAS.....	48
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
	REFERÊNCIAS	57

1. INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) surgiu e está diretamente ligado à minha trajetória pessoal, tanto na motivação para escrever este trabalho quanto pelas dificuldades em concluí-lo¹. Ao longo dos anos em que cursei a graduação em Ciências Sociais na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), trabalhei algumas vezes como vendedora temporária e outras tantas em prestação de serviços ao público dentro de shopping centers, sendo minhas primeiras experiências de trabalho em uma loja de shopping durante os meses de dezembro de 2011; janeiro, fevereiro e março de 2012; e Dezembro e janeiro de 2013, o tema deste TCC.

Minha trajetória até este TCC começou em dezembro de 2011, quando eu estava sem dinheiro e desejando não passar outro período de recesso da UFSC dentro de casa. Minha irmã mais nova havia trabalhado um mês como assistente de vendas em uma loja de um shopping da cidade e comentou comigo que a maioria das lojas contratava funcionários (as) temporários (as) para os meses de dezembro, janeiro e fevereiro. Eu imaginei que me empregar em uma loja de um shopping seria a solução perfeita para minha necessidade de ganhar dinheiro e minha vontade de não ficar em casa.

Apesar de ter decidido que iria procurar emprego no shopping, eu demorei até efetivamente me dirigir ao shopping mais próximo. Isto se deu, em alguma medida, por eu possuir até então uma visão negativa sobre os (as) vendedores (as), imaginando estes (estas) como muito competitivos e que fariam qualquer coisa para vender. Assim, eu protelei até quando pude, e só fui ao shopping no dia 23 de dezembro de 2011, uma data que muitos me diziam ser tarde demais para conseguir um emprego. Apesar do fato de eu não possuir experiência em trabalho em loja, minha contratação foi rápida: imprimir alguns currículos, me dirigir ao shopping mais próximo e comecei a entrar em lojas perguntando sobre vagas disponíveis. Entrei primeiro nas lojas que eu acreditava que seria

¹ Este trabalho apresenta variações na conjugação verbal, indo da primeira para a terceira pessoa. Esta escolha foi feita em função da própria dinâmica de aproximação e afastamento entre pesquisadora e campo e trabalhadora/pesquisadora. Nos momentos de maior aproximação, utilizo a primeira pessoa, quando realizo o exercício de distanciamento em relação ao campo, utilizo a forma mais impessoal. Nesta introdução, ao especificar como iniciei a pesquisa e os desafios da mesma, utilizo os verbos conjugados na primeira pessoa.

menos ruim de trabalhar: livrarias, lojas de roupas esportivas, lojas de roupas mais “básicas”. A maioria das lojas já tinha contratado e não precisava de mais funcionários. Ao me dirigir para a escada, já pensando em desistir da busca e ir embora do shopping, passei por uma loja que exibia uma placa “Precisa-se de Funcionária”, e, apesar de eu estar mais interessada em trabalhar nas outras lojas, entrei nesta.

A loja vendia e roupas e produtos “femininos” e contratava apenas mulheres. Como era véspera de Natal, o movimento no shopping era intenso. Dentro da loja duas vendedoras estavam terminando de dobrar uma pilha enorme de roupas. Entrei na loja e perguntei a uma das vendedoras se eu poderia deixar meu currículo. Ela me encaminhou à moça que estava no caixa e que era a gerente da loja. A gerente me fez algumas perguntas, ela me disse que estavam precisando urgentemente de alguém, mesmo sem experiência, pois uma das vendedoras estava de saída. Eu disse que poderia começar imediatamente e que poderia ficar até o início de março. Depois de alguns dias ela me ligou e eu comecei a trabalhar na loja como vendedora, por três dias, em caráter de “experiência”².

Nesses dias de “experiência”, a gerente pediu para que eu ficasse observando as vendedoras, como elas vendiam, para ir aprendendo. Ela também me falou sobre a organização da loja, me mostrou os espaços (salão, provadores, estoque). O trabalho das vendedoras era basicamente mostrar às clientes como estavam organizadas as peças e que se quisessem provar ou tivessem alguma dúvida, falassem com ela. Após os meus três dias de experiência, eu voltei para a loja, já como uma funcionária que seria contratada³. Contudo, entre 28 e 31 de dezembro de 2011, trabalhei

² Termo usado pela gerente da loja indicando que, a princípio, eu trabalharia e não receberia nada, apenas auxílio transporte. Seria um período para ver como me saía e se poderia ser contratada. Este termo, como empregado pela gerente, não diz respeito ao modelo de contrato por prazo determinado chamado “Contrato de Experiência” que está presente no decreto-lei n° 5452 de 1° de Maio de 1943, conhecida como “CLT” (Consolidação das Leis do Trabalhista), mas indica um período de “teste”, prévio à efetiva contratação por este modelo de “contrato por experiência”.

³ Fui efetivamente contratada com “carteira assinada”, ou seja, em um dos modelos de Contrato por Tempo Determinado chamado “Contrato de Experiência”, o qual está previsto na CLT.

como “free lancer⁴”. A gerente tinha me pedido para aproveitar esses dias para observar mais e, caso necessário, ajudar alguma vendedora a vender.

Ao longo dos meses de trabalho, fui repensando minha primeira impressão sobre vendedores (as), redescobrimo o shopping e as lojas: elas eram meu local de trabalho, mas também encontrei amigas. Comecei a me questionar sobre o trabalho em loja, as trabalhadoras e as relações de sociabilidade dentro de lojas de shopping. Estes foram algumas das questões que me acompanharam durante minha experiência de trabalho na loja e que me trouxeram o desejo de pesquisar o universo do trabalho. Assim, ao final do mês de fevereiro de 2012 comentei com minhas colegas de trabalho de então que eu estava interessada em realizar o meu TCC sobre o “trabalho na loja”. Como elas se mostraram receptivas à ideia, eu acordei com a gerente que eu retornaria no verão seguinte para realizar a pesquisa e trabalhar novamente como funcionária temporária.

Dos questionamentos acima mencionados também se desdobraram algumas das dificuldades de pesquisa: olhar para aquelas trabalhadoras com um olhar mais “antropológico” do que de “colega” e “amiga”. Aos poucos e com dificuldades, as ideias iniciais foram reelaboradas a partir do diálogo com meu orientador, com a teoria sociológica e antropológica e tomando forma de pesquisa. A efetiva conclusão da escrita deste TCC foi também perpassada por outras dificuldades, estas em parte causadas pelos desafios do processo de escrita, pela pressão da pergunta “o que fazer ao final do curso” e pela tentativa de conciliar, ao longo dos anos de 2014 e 2015, diferentes atividades e projetos, tal qual a realização do estágio docente em Sociologia, a elaboração do Trabalho de Conclusão de Licenciatura em Ciências Sociais, estudos para concursos, trabalhos esporádicos e o ingresso na pós-graduação. Por outro lado, o atraso na conclusão da escrita deste trabalho me permitiu encontrar outros (outras) trabalhadores (as) e suas experiências de trabalho, o que trouxe nova luz acerca de algumas questões e ajudaram na compreensão do objeto desta pesquisa.

A pesquisa de campo com base na qual este trabalho foi escrito foi realizada em grande parte nos meses de dezembro de 2012 e janeiro de 2013, quando, com autorização das trabalhadoras, iniciei a produção do

⁴ Termo usado pela gerente para designar que, apesar de eu ter sido contratada (o contrato valeria a partir de Janeiro), naqueles dias específicos de 28 a 31 de Dezembro, eu recebia um valor fixo por dia de trabalho e minhas vendas não eram contabilizadas para mim, ou seja, eu não estava vendendo para ganhar comissão.

projeto deste TCC. Durante este período, também retornei ao trabalho na loja sob o convite da gerente, que se mantinha a mesma desde 2012. Foram incorporadas a este trabalho também observações realizadas no período de trabalho anterior (dezembro de 2011 a fevereiro de 2012) e outras informações oriundas tanto da “Observação Flutuante⁵” quanto das “Observações Intermitentes”.

Vários temas como conflito, cultura e consumo, gênero, shopping perpassarem o tema aqui tratado e isto foi uma das dificuldades encontradas para a realização do “recorte” deste TCC. A localização da loja dentro de um shopping garante algumas especificidades a ela, tal como a organização da mesma estar vinculada, em alguma medida, à organização do shopping, necessitando aquela respeitar os horários e regras deste. Ou a questão de a seleção do público frequentador da loja já ser feita, em alguma medida, por ela se localizar dentro de um shopping. A própria realização de trabalho dentro de shoppings, tão pouco explorado pela literatura acadêmica, na qual o shopping aparece recorrentemente como o local do lazer e do consumo, não de trabalho.

Existe também uma vasta bibliografia sobre trabalho, aborda-se bastante o novo panorama de mutações do mundo do trabalho e de capitalismo flexível, pano de fundo para os jovens atuais que se lançam no mercado de trabalho. Todos estes são aspectos importantes para se conseguir compreender o situar a loja em que esta pesquisa se realiza e o própria panorama atual do trabalho, contudo, esta pesquisa é focada nos sujeitos e nas relações de trabalho e sociabilidade entre as trabalhadoras desta loja, aspectos que me parecem estar conectados. Nesta pesquisa busca-se entender os sentidos por elas atribuídos ao trabalho; as táticas empregadas para tirar mais proveito do mesmo; as suas trajetórias laborais e os projetos por elas elaborados. E é a partir do enfoque nestas trabalhadoras que esboço algumas considerações sobre o trabalho no setor de serviços e no shopping.

1.1 METODOLOGIA

⁵ Uma explicação mais detalhada dos termos “Observação Flutuante” e “Observação Intermitente” bem como a discussão metodológica será realizada no item 1.1 deste trabalho.

Esta pesquisa se pretende uma abordagem etnográfica, entendida em sua dupla dimensão: teórica e metodológica⁶. Essa dupla dimensão não pode (ou não deveria) ser tratada de forma separada, ou seja, a etnografia não é sinônimo de “técnica” ou de “pesquisa qualitativa”. Dentro da dimensão metodológica, a etnografia se mostra uma pesquisa baseada no exercício da “observação participante” e na utilização contínua de um “diário de campo”. Ela estabelece uma relação entre os sujeitos (pesquisador e pesquisado) que, na busca de uma antropologia mais “simétrica”, deve “dar voz” aos interlocutores: deixá-los construir a pesquisa junto com o pesquisador. Ela também pressupõe uma observação longa e sistemática, com um “olhar treinado” (orientado pelas leituras previamente realizadas nas Ciências Humanas). Este “olhar treinado” já foi tema discutido por diversos antropólogos, onde destaco Clifford Geertz (1997), Roberto Cardoso de Oliveira (1998) e Gilberto Velho (1999).

Enquanto modo de conhecimento, a etnografia pressupõe que o campo recorrentemente reformula o projeto de pesquisa inicial e não reifica conceitos: a partir do campo também se pode (e deve) “reinventar” a teoria e é ele quem diz se determinado conceito é relevante para a pesquisa. O trabalho de sistematização do que foi visto, ouvido e escrito em campo é igualmente fundamental. Este é o desafio que se inicia após terminar a pesquisa de campo: conseguir realizar um “afastamento”, “tirar o campo” de você. Ou seja, daquela ampla gama de material, é preciso sistematizar e “objetivar”, para conseguir produzir uma interpretação do ponto de vista nativo, fazer este diálogo com o que é produzido dentro das Ciências Sociais.

Levando em conta a especificidade do trabalho de campo “na cidade”, destaco que a observação, como nos fala Márcio Goldman (1999) citando Yves Delaporte, é uma “observação flutuante” (o (a) pesquisador (a)/observador (a) está sempre em “situação de pesquisa”, sua atenção pode ser requerida a qualquer momento, de modo espontâneo e não planejado, mesmo que já não esteja mais “em campo”). Essa caracterização específica do trabalho de campo na cidade é bastante pertinente a este trabalho haja vista que em diversos momentos “o campo” foi ao meu encontro, seja através de outras experiências de trabalho em shopping, seja conversando por acaso com pessoas que trabalhara em shopping. Estas conversas e incursões, ainda que não tenham sido

⁶ Esta dupla dimensão da etnografia foi sintetizada e apresentada em aula pela Prof^a Sônia Maluf durante o semestre de 2012.2 na disciplina de Métodos e Técnicas de Pesquisa II.

intencionais, ou foco da análise, auxiliaram na elaboração da compreensão do objeto deste trabalho.

Considerando a especificidade do meu “objeto”, considero que a loja com a qual escolhi trabalhar possui dois momentos bem diferenciados: o “verão” e o “inverno”. Durante estes dois períodos, a dinâmica da loja e o número de funcionárias varia bastante, sendo que durante o inverno é comum haver apenas uma funcionária na loja.

A pesquisa do período de “verão” foi realizada nos meses de dezembro de 2012 e janeiro de 2013, quando escrevi o diário de campo, juntamente com as observações e anotações do verão anterior (2011-2012). Escolhi como meu foco de pesquisa o período de “verão”, mas realizei “observações intermitentes” durante o período de inverno. Essas observações intermitentes foram realizadas ao longo dos meses de julho e agosto de 2013, quando busquei, por meio da realização de entrevistas, as trajetórias de trabalho, focando nos sentidos e expectativas delas sobre o trabalho em lojas de shopping.

As entrevistas foram realizadas quando eu e as demais trabalhadoras já não mais trabalhavam na loja. Ao todo, realizei quatro entrevistas com trabalhadoras e uma entrevista com a gerente da loja⁷. As entrevistas, planejadas para serem em maior número, tiveram sua realização dificultada por as trabalhadoras já não mais se localizarem todas na mesma loja e estarem em situações de trabalho muito diferenciadas. A maioria das entrevistas foram realizadas em “intervalos” de trabalho e no shopping, com exceção de uma entrevista, realizada na casa de uma das vendedoras.

As entrevistas foram semi-diretivas (semi-estruturadas) e visavam obter as narrativas das interlocutoras. As narrativas biográficas, como mostrou Cornélia Eckert (1993), podem ser chamadas de “história oral”; “história de vida”; narrativas autobiográficas, trajetória social dentre outras denominações e definições. De maneira geral, a ideia é que ao narrar sua biografia ou partes dela relacionada a um tema em específico, a pessoa não seleciona fatos aleatórios e desordenados, mas os articulando em torno de uma interpretação sobre si ou sobre o tema em questão.

Esta interpretação realizada ao se narrar é sempre “presente”, mesmo que se refira ao passado, pois é a partir do momento atual que se constrói o discurso sobre o passado. Por isso, as narrativas são uma fonte muito interessante para que o pesquisador possa buscar os “sentidos” que as

⁷ Os nomes das interlocutoras e trabalhadoras entrevistadas nesta pesquisa foram trocados por nomes fictícios para preservar as interlocutoras e a loja em questão.

pessoas dão às suas práticas e experiências ao mesmo tempo em que permitem realizar uma ligação entre o “individual” e o contexto histórico e social. Destaco, por fim, que o interesse desta pesquisa nas narrativas das trabalhadoras não é num sentido biográfico de “história da vida”, mas relacionadas à trajetória social delas no que diz respeito ao trabalho (sentidos, táticas, projetos).

Cabe ainda destacar minha posição de vendedora/pesquisadora. A posição do (a) pesquisador (a) que ao mesmo tempo “faz parte” do grupo que estuda já foi destacada por Eunice Durham (2004) como um “deslizamento” da prática etnográfica, ou seja, antes a participação seria “objetiva” (como a realizada por Bronislaw Malinowski) e agora estaríamos numa participação “subjetiva” (como as realizadas nas pesquisas de campo na cidade), chegando a uma “participação observante” (dos “militantes” que pesquisam dentro de seus grupos). Geertz (1997) - respondendo ao “escândalo” da publicação dos diários de campo de Malinowski, os quais mostravam uma “falta de empatia” do pesquisador pelo grupo estudado – afirma que “[...] é possível relatar subjetividades alheias sem recorrer a pretensas capacidades extraordinárias para obliterar o próprio ego e para entender os sentimentos de outros seres humanos. ” (GEERTZ, 1997, p.106). Assim, ainda que a “empatia” possa “facilitar” sua aceitação em campo, ela não é necessária à pesquisa, como bem mostrou Malinowski. E o fato de não ter (ou ter) empatia com o grupo estudado ou o pesquisador não participar deste, não significa “ser neutro”. Portanto, minha posição de vendedora/pesquisadora não significa menos “neutralidade” da minha parte, haja vista que isto não é possível. Também não implica em uma desistência de buscar pela inalcançável “objetividade”: minha empatia e participação no grupo de trabalhadoras não significou um menor esforço de “afastamento” e compreensão dos significados que as diversas trabalhadoras atribuem às suas práticas. Essa dupla função de vendedora e pesquisadora apesar de poder ser conflitiva, não impede a realização da pesquisa, pois as tarefas e comportamentos de “trabalho” realizadas no contexto da pesquisa de campo foram relatadas em diário de campo e posteriormente retomadas e “problematizadas” à luz de leituras acadêmicas. Assim, este procedimento não nos leva à neutralidade, permite uma certa objetividade na pesquisa.

2. NA LOJA: TRABALHO E TÁTICAS

Nesta seção inicia-se a discussão acerca de questões relativas ao trabalho na loja, a organização interna, os cargos e a dinâmica de trabalho. Apresentam-se também os conflitos e negociações que ocorriam dentro da loja e destaca-se a existência de duas lógicas concorrentes: o “mercado” e a “dádiva”, assim como a mobilização desta enquanto tática (Certeau, 2008).

2.1 A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO: A LOJA E OS CARGOS

A loja na qual se realizou esta pesquisa situava-se em um dos mais movimentados shopping centers da cidade de Florianópolis e existia há mais ou menos dez anos. A loja em si era pequena, composta por três ambientes: a parte visível aos clientes da loja, chamada de salão; os provadores e o estoque. Os produtos comercializados eram artigos de moda praia de uma marca brasileira famosa que vendia roupas exclusivamente referentes à “moda feminina⁸”. Os produtos eram vendidos por peça (em separado) e a peça mais barata da coleção do verão 2011-2012 custava R\$59,90. Existiam peças que custavam mais de trezentos reais.

No salão, maior área da loja, existiam “araras” repletas de produtos expostos e uma mesa no centro, com peças de coleções anteriores penduradas e peças de roupa a serem colocadas novamente no cabide. No fundo ficava o caixa e, atrás deste, os provadores. Os provadores eram seis cabines mais um espaço central com dois espelhos enormes. Um dos provadores não era usado, sendo que geralmente ficava com material de limpeza, bolsas e sacolas das vendedoras. Existiam pufs encostados nas paredes e nos espelhos. Os provadores geralmente eram apenas para mulheres, os maridos, namorados, filhos deveriam esperar na loja.

⁸ Apesar do público alvo da marca e da loja serem mulheres adultas, existiam também produtos direcionados a meninas. Além disso, algumas pessoas de identidade de gênero não binária também entravam na loja para comprar e provar biquínis.

Quando o shopping estava vazio a não havia o que fazer, o provador também virava centro de reunião das trabalhadoras, outras vezes alguma delas tirava um cochilo em um dos provadores. Alguém geralmente ficava no salão e, caso entrasse cliente ou os donos, avisava as vendedoras, que paravam a reunião e voltassem ao trabalho.

Entre a parede do caixa e dos provadores se localizava a escada que dava no estoque. O estoque era uma área fechada, aonde tinha uma grande quantidade de araras, uma geladeira pequena, água e armários para deixarmos as coisas. O único espaço livre que existia era o da passagem e um pequeno vão ao lado da geladeira, aonde cabia uma pessoa sentada. Neste pequeno espaço do estoque aconteciam reuniões de três, quatro pessoas, fazia-se unha, chapinha, almoçava-se, conversava-se, principalmente sobre relacionamentos, e se “matava trabalho”.

A equipe de funcionárias era formada por apenas mulheres, cerca de doze no total. Existiam diferentes cargos⁹: estoquista, vendedora, caixa, além da gerência. Todas as funcionárias trabalhavam oito horas diárias com uma hora de intervalo, podendo ser feita hora-extra. Todas tinham carteira assinada e a loja seguia a CLT, dando um dia de folga por semana e um domingo de folga por mês, sendo os dias específicos da folga de cada uma geralmente negociada entre a gerente e o grupo de funcionárias. A gerente geralmente trabalhava cerca de dez horas por dia, estando na loja a maior parte do tempo em que ela estava aberta. Todas as funcionárias realizavam tarefas de limpeza e organização da loja: quem trabalhava no turno da manhã tirava o pó da loja e varria o salão; quem trabalhava de noite tirava os lixos e varria os provadores.

⁹ Estes cargos estão de acordo com a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) do Ministério do Trabalho. Esta classificação é um esforço de padronização das ocupações brasileiras realizada em 2002 e atualizada periodicamente. A CBO é utilizada em registros administrativos variados como, por exemplo, no Seguro Desemprego, Declaração de Imposto de Renda de Pessoa Física, no Censo Demográfico do IBGE, no Sistema Nacional de Empregos – Sine, entre outros. Os (as) trabalhadores (as) do Setor de Serviços estão localizados(as) em grande parte em dois dos grandes grupos da CBO, o Grande Grupo 4 e 5, no quais constam a ocupação de caixa de loja, estoquista, vendedor. Gerente de loja faz parte do Grande Grupo 1, formado por “membros superiores do poder público, dirigentes de organizações de interesse público e de empresas, gerentes”.

O grupo de funcionárias variava bastante de acordo com o período do ano, no verão de 2012 eram cinco vendedoras, uma estoquista e duas caixas além da gerente; no verão de 2013 eram seis vendedoras, duas estoquistas e duas caixas além da gerente. Já durante o restante do ano, de março a novembro, o grupo de funcionárias ficava bastante reduzido, sendo constituído pela gerente mais duas ou três funcionárias que desempenhavam então a dupla função de vendedora e caixa, além de auxiliar na arrumação do estoque.

O cargo de estoquista só existia durante os meses de “verão” (dezembro, janeiro, fevereiro), podia ser ocupado por apenas uma ou duas garotas. Elas trabalhavam no período de maior movimento da loja, geralmente entre meio dia e oito da noite. Elas eram as responsáveis por organizar o estoque, levar e trazer mercadorias da loja para o estoque e, algumas vezes, pegar algum produto para alguma vendedora. Esta última função não era entendida exatamente uma “obrigação” da estoquista e era realizado ou não de acordo com negociações entre a vendedora e a estoquista. As estoquistas quase não ficavam no salão, passavam a maior parte do tempo no estoque e recebiam um acréscimo no salário de acordo com o desempenho de vendas da loja como um todo, o que era chamado de “comissão da loja” (era pago às estoquistas uma porcentagem sobre o valor total de vendas da loja quando esta conseguia atingir alguma das metas de vendas.).

As duas caixas tinham turnos de trabalho alternados e ficavam a maior parte do tempo na área do caixa, dentro do Salão. Elas eram responsáveis pelo processamento financeiro e documental das vendas: receber o pagamento das clientes e emitir notas fiscais, “fechar o caixa” (conferir o total de dinheiro e vendas, atribuir cada venda à vendedora responsável, distribuir entre as vendedoras as eventuais vendas feitas por elas – as caixas - ou pela gerente, contabilizar os pontos feitos por cada vendedora em alguma campanha específica de venda). As caixas, quando necessário, também realizavam vendas e abriam e fechavam a loja caso a gerente não estivesse. Elas podiam receber dois tipos de acréscimos ao salário: “quebra de caixa” e a “comissão da loja”. A quebra de caixa vinha da reserva de dinheiro que existia no caixa e que era usado como “troco” ou, se ocorresse algum tipo de equívoco no processamento da venda, o dinheiro poderia ser usado para suprir o montante de dinheiro que faltasse. Quando, ao final do mês, o total de vendas conferia com o total de dinheiro em caixa, a trabalhadora do caixa recebia um acréscimo ao salário que vinha deste dinheiro do caixa, chamada “quebra de caixa”. Se o total de vendas e de dinheiro fosse negativo, a vendedora não ganhava

a “quebra de caixa” e ainda poderia ser descontado algum valor de seu salário.). Já a comissão da loja era a mesma que as caixas recebiam, uma porcentagem do total de vendas da loja quando esta atingir alguma das metas de venda. Quando nenhuma das caixas ou a gerente estavam na loja, acontecia de alguma vendedora com mais tempo de trabalho na loja realizar o recebimento do dinheiro e processamento da venda.

As vendedoras trabalhavam divididas em turnos: o da manhã (9h – 16h), o intermediário (12h -20h) e o da noite (14h – 22h). As vendedoras trabalhavam principalmente no salão, na maior parte do tempo em pé, realizando idas ao estoque quando necessitava de algum produto e idas aos provedores quando atendendo algum (a) cliente. Estar sempre em pé é uma das características específicas do trabalho de vendedor (a) nesta loja e em muitas outras lojas do shopping e do comércio em geral: não existem cadeiras no “salão” das lojas, ou, mesmo se existe, as vendedoras e vendedores nunca devem sentar ou se apoiar em móveis da loja. Assim, ao contrário da maioria dos (das) estoquistas e caixas que conseguem sentar ao longo do dia de trabalho, os (as) vendedores (as) devem ficar a grande parte do tempo em pé, o que ocasiona um desgaste corporal específico.

A tarefa principal das vendedoras era realizar o atendimento às (aos) clientes, e isto acontecia a partir do “revezamento da vez”, forma de organizar o trabalho em vendas muito comum em lojas em que o vendedor recebe comissão individualmente. A vendedora que estivesse na “vez” deveria ficar no salão, mais perto da porta, para atender a primeira pessoa que entrasse. Se esta pessoa comprasse ou não, não importava, se a vendedora conversasse com o (a) cliente já era considerada atendimento. Assim que a vendedora da vez atendesse alguém, a próxima vendedora da fila deveria se direcionar à porta para esperar a próxima cliente. A ordem do revezamento da “vez” era estabelecida diariamente pelas vendedoras, basicamente por ordem de chegada: as vendedoras iam chegando e colocando o nome na lista de controle de atendimentos (tabela de controle de quantos atendimentos a vendedora fez, quantas vendas convertidas, quantas peças vendidas e os motivos das vendas não convertidas) e assim estabelecendo a ordem do revezamento.

É interessante destacar que as lojas do comércio, seja em shopping ou diretamente em locais públicos, apresentam diferentes processos de organização das vendas e atendimento ao cliente, existindo dois modelos

típicos: o “atendimento” e a “venda individual”¹⁰. Estes diferentes modelos são importantes porque geram diferentes dinâmicas dentro de uma loja e entre os (as) trabalhadores (as).

No modelo “atendimento”, o (a) vendedor (a) seria algo como um (a) “atendente”, ele (a) ajudaria o (a) comprador (a), buscando produtos que este (a) desejasse. Este é o modelo de atendimento considerado como “passivo” pela retórica lojista: não existiria exatamente “o (a) vendedor (a)” ou o dever de vender, o (a) vendedor (a) circula pela loja realizando atividades de organização, tirando dúvidas quando procurado. Ele ou ela não é pessoalmente e diretamente responsabilizado (a) pela conclusão ou não venda. Este modelo está presente em grandes lojas de departamentos, por exemplo, nas quais o (a) vendedor (a) não aborda o (a) comprador (a), e, geralmente, os (as) vendedores (as) não ganham comissão individuais por suas vendas, mas ganham comissões de acordo com o total de vendas da loja como um todo.

Já o modelo de “venda individual”, cada o (a) vendedor (a) deve abordar cada comprador (a) que entrar na loja e deve convencê-lo (a) a levar o produto mesmo que encontre resistência. Dentro da retórica lojista, este é a (o) “verdadeira (o) vendedor (a)”. Neste modelo, a loja responsabiliza diretamente o (a) vendedor (a) pela conclusão ou não da venda, sendo a figura do (a) gerente uma pessoa que cobra e pressiona o (a) vendedor (a) a concluir a venda, avalia seu desempenho e aponta mudanças de atitudes necessárias ao (à) vendedor (a). O (a) vendedor (a) deste tipo de processo de venda ganha comissão individualmente e concorre diretamente com os (as) demais vendedores (as) da loja por prêmios de melhor “desempenho”. É comum a este modelo frases motivacionais/retóricas como “Se torne amigo de eu cliente”, ou seja, converse com o (a) comprador (a) de modo a tentar sublimar a relação de compra-venda e assim mostre e faça o (a) comprador (a) levar o máximo possível de peças; ou a frase “o movimento gera movimento”, a qual indica que os (as) trabalhadores não devem parar de realizar tarefas dentro

¹⁰ A existência destes dois modelos ideais de venda foi destacado por um vendedor de outra loja de shopping que não esta em que é realizada o TCC, sendo complementada por uma cópia da cartilha de “formação em vendas” utilizada na loja no qual este vendedor trabalhava. Esta descrição, obtida através da “observação flutuante”, foi incorporada à esta pesquisa por ser uma relevante síntese de tipos de loja e de funcionamento das vendas que outros (as) informantes também haviam descrito.

da loja, pois o movimento deles (as) geraria aumento de compradores (as) na loja.

A loja específica desta pesquisa se organizava formalmente, segundo as determinações dos donos, de acordo com o modelo de “vendas individual” existindo a figura do (a) vendedor (a) comissionada individualmente¹¹. Os donos da loja não gostavam que as vendedoras sentassem, ficassem “paradas” na loja, ou conversassem entre si. Eles usavam com alguma frequência a frase “movimento gera movimento”, ou seja, se não entrasse cliente na loja, a responsabilidade é das vendedoras, que estão sentadas e em vez de estarem arrumando a loja, comportamento que supostamente atrairia clientes; pregavam orientações de como vender e ser portar dentro da loja em um mural do estoque; criavam planilhas para medir a quantidade de venda...

Apesar da organização idealizada pelos seus donos da loja seguir o “modelo venda individual”, não era cobrado pela gerente e muitas não faziam a conversa em direção à um convencimento do (a) cliente em relação à boa qualidade do produto ou em relação ao custo x benefício daquele produto. Quando alguém entrava na loja, a vendedora que “estava na vez” se dirigia à pessoa e se apresentava, mostrava como os produtos estavam organizados na loja, e então deixava a pessoa à vontade para olhar e escolher os produtos. A vendedora acompanhava a (o) cliente durante o processo, ajudando a escolher o tamanho adequado, mostrando possibilidades de combinações, oferecendo a possibilidade de provar o produto e buscando no estoque algum outro produto desejado pela (o) cliente.

Essa pequena quebra do modelo de “venda individual” em direção à uma aproximação com um modelo de “atendimento” realizada pelas trabalhadoras e pela gerente da loja desta pesquisa não diminuía o volume de vendas da loja¹², mas tinha uma consequência fundamental para as relações de trabalho na loja: um ambiente de trabalho percebido como mais “agradável” pelas funcionárias, pois, apesar de todas as

¹¹ As comissões que as vendedoras poderiam receber e suas respectivas metas de vendas serão retomadas na seção 2.2 deste trabalho.

¹² Esta conclusão é tirada a partir da comparação das vendas da loja durante os dois verões em que foi estudada: o modelo de vendas permaneceu o mesmo, o número de vendedoras era o mesmo, várias trabalhadoras eram as mesmas, mas no verão de 2013 o volume de vendas foi bem menor que no verão anterior. Este não foi um fato “isolado” desta loja, mas a queda nas vendas fez parte das falas dos lojistas daquele ano.

trabalhadoras desejarem atingir as metas de venda e assim ganhar mais comissão, não existia coerção da gerência para as vendedoras “forçarem a venda” (obrigar a vendedora a mostrar todos os produtos da loja mesmo que o(a) comprador(a) expressasse diretamente que estava buscando algo em específico ou nada em particular – “só olhando” – ou ainda que a vendedora mostrasse e tentasse convencer o (a) comprador a comprar um produto que quase não era vendido e que fazia parte de uma campanha interna da loja e que gerava pontuação e prêmio para a vendedora que mais vendesse aquele produto.).

É importante destacar que mesmo em um “atendimento”, existe uma interação entre cliente e trabalhador (a), nunca sendo um processo apenas “passivo”, como afirmado pela retórica lojista. Na loja desta pesquisa, mesmo quando as vendedoras não tentavam “convencer” à (o) cliente, elas estabeleciam diálogo com estas (es), era comum elas serem inquiridas pela compradora acerca de combinações possíveis entre peças, ou que lhe mostrasse “modelos” e/ou “estampas”, de forma genérica. Assim, para efetivamente realizar este “atendimento”, a vendedora necessitava conhecer padrões de combinação de roupas de acordo com a “moda” daquele momento, bem como conseguir “ajudar” a (o) cliente e mostrar a ela ou ele estampas e modelos “adequados” ao seu “gosto”.

Este “gosto”, como já explicitado por Pierre Bourdieu em “A Distinção” (2008), não é algo tão particular e, no caso da loja desta pesquisa, o modelo da peça de roupa e as estampas escolhidas pelos (as) clientes variavam em função de idade, origem social, estado civil, nacionalidade. Os padrões se repetiam com frequência, e, uma vendedora que “ajudava” bem o (a) cliente, conseguia mostrar mais rapidamente uma peça que o (a) interessasse¹³. Assim, realizar estas operações “leitura” do (a) cliente com sucesso e rapidez é um aspecto importante do “ser vendedora” neste modelo de venda individual pois eram importantes para a efetivação da venda e para que a vendedora não demorasse muito em um (a) cliente específico (a), podendo aumentar sua chance de atender a outra pessoa. Todo este procedimento, contudo, não se confunde com o “convencimento” que é defendido pela retórica lojista no modelo “venda”.

A atitude de “convencer” pode ser uma das causas da impressão recorrente que os (as) compradores (as) possuem acerca dos (as) vendedores (as) como sendo “pouco sinceros em suas opiniões” e que

¹³ Estes padrões de gosto serão retomados a seção 2.2 deste tcc.

“fazem tudo para vender”. Destacamos, contudo, que “convencer” pode ser uma política da loja, expressa nas atitudes da (o) gerente que cobra que isso seja realizado, ou pode ser uma atitude que parte da própria (o) vendedor (a), já “treinado” neste tipo de prática e que assim a reproduz ainda que não lhe seja cobrado pelo (a) pessoa na gerencia da loja.

A gerente da loja, Joana, possuía o maior salário e ganhava comissão de acordo com o total de vendas da loja. Ela ocupava um lugar ambivalente: ao mesmo tempo em deveria “possuir os valores da empresa” e assim era responsável pelo andamento da loja, comandava a equipe de funcionária, organizava a loja, realizava pagamentos e resolvia problemas da equipe de funcionárias ou problemas físicos da loja; ela também participava da rede de sociabilidade que se estabelecia entre as funcionárias e permitia sua mobilização em táticas (Certeau, 2008), também obtendo ganhos com ela. Joana se identificava como uma “trabalhadora”:

Acho que o principal é que ‘eu pego junto’, mesmo. Não sou de sentar, ficar olhando e só mandar fazer... eu falo as coisas, mas realmente eu faço junto mesmo. Eu não fico mandando faz isso, faz aquilo, limpa a loja, faz aquilo lá...Eu falo, mas eu também faço, eu tento dar o exemplo. Eu não gosto dessa coisa de que só porque tu é gerente tu não faz porcaria nenhuma, muito pelo contrário. Tens que fazer mais ainda e estar mais ligada ainda e estar mais ligada ainda do que todo mundo. Eu me descreveria dessa forma. E eu tento ser flexível, usar daquela política assim, de uma mão lavar a outra: Da mesma maneira que eu preciso delas, elas precisam de mim! Então eu tento tornar o ambiente legal, porque na realidade o que faz as pessoas ter o respeito por ti e não ser rude ou rígida. (Joana, Shopping Beiramar, 2013)

Apesar da identificação delas enquanto pertencentes a um grupo¹⁴ de “trabalhadoras”, existia algumas diferenças entre elas. A remuneração entre os cargos da loja variava, geralmente as estoquistas ganhavam menos que as caixas e vendedoras. O cargo de vendedora era o que

¹⁴ As trabalhadoras inclusive se referiam ao grupo por elas formado por um nome próprio, e realizavam reuniões e eventos em que todas eram convidadas.

possuía potencialmente o maior salário (depois da gerência) devido à possibilidade de ganhar comissão individualmente pelas vendas realizadas, e o cargo de caixa era o de maior responsabilidade burocrática e confiança (depois da gerência). Além disso, a visibilidade das vendedoras e caixas, a necessidade de elas interagirem “adequadamente” com os (as) clientes, faziam operar mecanismos sociais de seleção de pessoas que nada tinham de parecido com o ideal liberal da “meritocracia”. As estoquistas não precisavam falar, interagir com clientes, se comportar ou aparentar uma maneira específica, já as vendedoras e caixas, apesar de apresentarem alguma variedade de origem social, eram selecionadas e cobradas a estar em um padrão estético e cultural oriundo das camadas médias. O trabalho como vendedora e caixa, e , talvez, especialmente nos shopping centers mais elitizados da cidade, exigia alguns saberes e características socioculturais que atuavam também como um mecanismo de seleção para o cargo¹⁵.

É relevante ainda destacar, que o shopping, conforme destacado por vários estudos¹⁶, se coloca como um aparelho de consumo e lazer que simularia um espaço público. Espaço público aqui é entendido como coloca Rogério Proença Leite:

Quando as ações atribuem sentidos de lugar e pertencimento a certos espaços urbanos, e, de outro modo, essas espacialidades incidem igualmente na construção de sentidos para as ações, os espaços urbanos podem se constituir como espaços públicos: locais onde as diferenças se publicizam e se confrontam politicamente. (2002, p.116)

O shopping simula ser um “espaço público”, mas é um empreendimento particular, com acesso controlado e limitado: não é qualquer um (a) que pode entrar e circular pelo shopping, assim como não é qualquer um (a) que é contratado (a) pelo shopping e suas lojas, este estabelece regras próprias que devem ser obedecidas por seus (suas) frequentadores (as) e trabalhadores (as). Como, por exemplo, o fato de que trabalhar em um shopping é também estar submetido aos “horários do shopping”, que pode ser longo e exaustivo especialmente no verão.

¹⁵ Este tema será retomado posteriormente na seção 3.

¹⁶ Vide os trabalhos de Beatriz Sarlo (2009) e Heitor Frúgoli Jr. (2007) disponíveis nas referências deste TCC.

As trabalhadoras e os trabalhadores que se pôde entrar em contato durante esta pesquisa muitas vezes eram ao mesmo tempo trabalhadores(as) e consumidores(as) e são tratados de maneira ambígua pelo shopping em questão: ao mesmo tempo em que uma série de lojas e quiosques deste shopping ofereciam descontos para trabalhadoras(es) de outras lojas do shopping e, deste modo, incentivavam o consumo dentro deste, tornando suas(seus) trabalhadoras(es) também consumidoras(es); a administração do shopping orientou as(os) gerentes das lojas – por meio de um memorando- a não deixarem as(os) suas(seus) funcionárias(os) uniformizadas(os) sentarem nos sofás e poltronas disponíveis no shopping, pois, segundo a administração, aqueles espaços eram para os(as) “consumidores(as)”.

A ambiguidade deste tratamento em relação aos (às) trabalhadores (as) do shopping não pode ser compreendida quando nos limitamos à diferença econômica entre as pessoas que só se dirigem ao shopping para consumir e aquelas que se dirigem ao shopping primordialmente para trabalhar pois o shopping criava estratégias de modo a tornar todas as pessoas consumidoras. Na medida em que adicionamos o “status” como parte constituinte do consumo no shopping, fica mais compreensível o modo ambíguo com que os (as) trabalhadores (as) eram tratados (as): eles e elas deveriam consumir, mas, ao estarem uniformizados como trabalhadores (as) e ocupando o espaço de lazer do shopping, desprestigiavam o mesmo e isso deveria ser evitado. Esta ambiguidade de tratamento parecia colaborar, intencionalmente ou não, para alguma invisibilização das trabalhadoras e trabalhadores e da própria existência de trabalho no shopping, mantendo a simulação deste como um espaço público e apenas de lazer.

2.2 AS DUAS LÓGICAS: O MERCADO E A DÁDIVA

O mês de dezembro era tradicionalmente o mês de maior volume de vendas na loja, logo, os donos da loja estabeleciam um valor maior nas metas de vendas e, assim, dezembro era o mês da maior comissão possível a ser recebida por cada uma das funcionárias chamada de “mega” pelas trabalhadoras. Neste período a loja estava absurdamente cheia e as vendedoras tentavam atender à cinco, seis clientes ao mesmo tempo. Este era o mês também de maior pressão para que se vendesse bastante e para que a loja atingisse a maior meta possível.

Em dezembro de 2011, no início da experiência de campo, apenas uma delas havia “batido a mega” (vendido o suficiente para ganhar a porcentagem de comissão mais alta) e a maioria das outras estava se esforçando muito para “bater”. Neste período, era comum haver algum desentendimento entre as vendedoras, como, por exemplo, a acusação de quem estava na vez não era uma delas, mas sim outra; ou que a venda havia sido realizada por uma delas e não pela outra. Percebia-se que este era o mês de mais pressão sobre as vendedoras, de maior competitividade entre elas e em que aconteciam mais conflitos.

Existiam três metas de vendas da loja, as quais eram estabelecidas pelo “escritório” (escritório contábil que realizava a administração da loja) e elas variavam de acordo com o mês. A cada uma das metas de venda da loja correspondia uma porcentagem de comissão para as vendedoras que atingissem a meta. Por exemplo, no mês de dezembro de 2012, a meta mais alta da loja (a “mega”) era vender R\$ 300.000,00. Assim, a meta de venda de cada vendedora era estabelecida dividindo a meta (mega) da loja pelo número de vendedoras. Se eram seis vendedoras, então a meta mais alta de venda de cada uma era R\$50.000,00. Dividindo-se esse valor pelo número de dias que trabalhados, as vendedoras calculavam mais ou menos quanto precisavam vender por dia para conseguirem “bater a mega” (alcançar a maior meta e assim ganhar mais comissão). Um bom dia de vendas era quando se alcançava o valor médio estabelecido por dia para que conseguissem atingir “a mega”.

O cálculo de quanto se precisava vender por dia era diariamente feito, sempre baseado no quanto cada vendedora já havia vendido. Todas as vendas eram colocadas em uma planilha por uma das caixas da loja, que diariamente nos repassava nosso volume de venda total. O cálculo de vendas era feito diariamente e especificamente pelas vendedoras, cujo salário dependia diretamente do quando elas vendessem. As caixas e estoquistas, que possuíam o salário atrelado às vendas da loja como um todo, não se preocupavam em realizar estes cálculos, mas geralmente se informavam de quanto a loja estava vendendo.

A cada uma das três metas de venda implicava em uma porcentagem de comissão para a vendedora. Continuando no exemplo anterior, a meta mais alta, a “mega”, da loja em dezembro de 2012 era R\$300.000,00, sendo de R\$50.000,00 para cada vendedora. A vendedora que alcançasse essa meta, ganharia 1,8% de comissão em cima do valor total de suas vendas. A vendedora que não alcançasse “a mega”, podia alcançar as outras metas. A primeira meta, a mais baixa, não era preciso

“alcançar”, ela era garantida automaticamente e correspondia a 1,2% de comissão em cima de todas as vendas que a vendedora fizesse; a meta média, quando atingida, proporcionava 1,6% de comissão sobre as vendas.

O valor das metas variava de acordo com o mês e ano, sendo estabelecido pelo escritório, sem que se apresentasse nenhuma explicação do cálculo que era feito para chegar a esse valor. Logo no começo do mês, quando o escritório divulgava as metas, as vendedoras conversavam sobre estas, pegavam as calculadoras disponíveis na loja e faziam seus cálculos de quanto precisavam vender. Já nestes primeiros dias do mês, a partir do movimento que a loja estava apresentando, as vendedoras e a gerente especulavam e calculavam se as metas estabelecidas pelo escritório eram “possíveis” de alcançar ou não. Essa falta de esclarecimento do cálculo feito pelo escritório juntamente com o cálculo e observações das vendedoras levavam as trabalhadoras a concluir, em alguns meses específicos, que as metas eram muito altas e difíceis de alcançar e que foram colocadas assim altas propositalmente, para aumentar os lucros e diminuir os salários.

Ainda assim, esta loja era particularmente atraente para quem estava procurando um trabalho temporário de verão pois pagava comissão para as vendedoras, caixas e estoquistas ainda que estas fossem temporárias. Em muitas lojas, apenas os (as) trabalhadores (as) efetivos (contratados (as) no modelo de contrato sem prazo determinado previsto pela CLT) ganhavam comissão, sendo que os (as) trabalhadores (as) temporários (as) só recebiam o salário mínimo da categoria (estabelecido anualmente via acordo da categoria, através de seu sindicato, com os lojistas).

Francisco de Oliveira (2003) discute a questão salarial contemporânea dentro do setor de serviços. Ele retoma a diferença entre “mais valia absoluta” e “mais valia relativa” de Karl Marx para apontar como a chamada Terceira Revolução Industrial faz fundir-se estas duas categorias na medida em que faz com que “os rendimentos do trabalhador agora dependessem do lucro dos capitalistas” (OLIVEIRA, 2003 p.136). Ou seja, “[...] a tendência moderna do capital é a de suprimir o adiantamento de capital: o pagamento dos trabalhadores não será o adiantamento do capital, mas dependerá da venda dos produtos-mercadorias.” (OLIVEIRA, 2003 p.136). Conforme o autor também destaca, ainda que esta característica do trabalho seja mais presente no trabalho informal, ela se projeta também como o futuro do trabalho formal.

Pode-se dizer que esta característica já está presente em grande medida dentro do trabalho no setor de serviços, como nos mostra o próprio modelo de atendimento x venda, em que este último passa a responsabilizar o vendedor mais diretamente pelo sucesso ou fracasso na efetivação da venda e atrelando isto ao seu salário. Mas é interessante pensar como este apontamento promove um tensionamento das dicotomias que perpassam o imaginário popular e sociológico e que identificam a carteira assinada com o trabalho estável contra o trabalho informal, sem carteira assinada, com o trabalho instável. Letícia, uma das interlocutoras desta pesquisa, destacou como a loja em que trabalhava durante a realização das entrevistas, filial de uma grande rede de comércio de roupas para camadas altas, não pagava “salário base”, mas apenas comissão. Isto, evidentemente acarretava todo um aumento de competitividade dentro do grupo de trabalhadoras (es) e promovia uma alta rotatividade de contratações, na medida em que, quem não vendia o esperado, era demitido ou se demitia. O irônico nisto tudo é que a ideia de um “salário alto” é um dos motivadores para procurar emprego em um shopping¹⁷.

Além do incentivo para a conclusão da venda vindo da vinculação do salário com a comissão vinda da venda dos produtos, o “escritório” tentava aumentar ainda mais os lucros estimulando a competição entre as vendedoras: distribuía-se prêmios para a vendedora que vendesse mais peças de determinada estampa ou coleção. As regras da competição mudavam de acordo com o mês, mas geralmente colocava-se como objetivo a venda de algum produto que não estava sendo muito vendido na temporada. Essas competições não eram levadas muito a sério pela maioria das vendedoras que não entravam muito no “espírito da competição”, sendo que algumas destacavam a dificuldade de se direcionar a venda de algum produto em específico.

Essa dificuldade vinha, principalmente, do fato de que os produtos, sendo artigos da moda, possuíam “estilos” diferentes e cada estilo atraía um perfil de pessoas específicas. Uma peça com estampa de oncinha ou zebra dificilmente era vendida para meninas na puberdade, que geralmente acompanhadas pela mãe ou alguma mulher mais velha, e escolhiam estampas lisas ou florais. Estampas de zebra e oncinha geralmente vendiam para mulheres adultas e “malhadas”. Mulheres mais

¹⁷ As motivações e trajetórias das trabalhadoras serão discutidas na seção 3 deste tcc.

velhas geralmente procuravam peças de roupa que cobrissem mais o corpo e cores mais sóbrias.

A loja, por vender produtos de uma marca famosa e que apresentava alguma diversidade de estampas e modelos, atraía pessoas de perfis variados, porém, o que acontecia dentro da loja era que, apesar de toda a diversidade aparente, era necessário ter um corpo basicamente jovem e “magro¹⁸”. As peças geralmente não ficavam confortáveis, ou nem mesmo cabiam em pessoas que fugiam muito deste perfil, e estas pessoas tampouco se sentiam “bonitas” dentro dessas peças. Assim, nem sempre a pessoa que entrava e que atendíamos tinha o perfil de pessoa que conseguiria comprar algum produto da loja, tampouco que compraria o produto que era estimulado na competição de vendas, ainda mais específico.

O atendimento às (aos) clientes era feito, como mencionado anteriormente, pelo “sistema da vez”, um procedimento de organização do trabalho em vendas estipulado pelos donos e pela gerência. Apesar disso, durante o dia-a-dia da loja, o sistema da “vez” era bastante negociado entre as vendedoras, que estabeleciam uma série de outras pequenas regras entre elas, que não as determinadas pela gerência ou patrão. Bianca, vendedora temporária no verão de 2012-2013, menciona como essas regras patronais e o sistema da vez eram renegociadas entre as vendedoras e a gerente, e como havia conflitos quando a noiva do dono da loja, Lia, começou a trabalhar na loja como caixa/subgerente durante o turno da manhã. Lia não fazia parte do “grupo” das trabalhadoras.

[...] E logo no início eu percebi que a [Lia] ia trabalhar todos os dias de manhã, e eu pedi para trabalhar das duas as dez, porque daí ficava o menos tempo possível com a [Lia]. Porque ela era muito chata, e outra: era os olhos do patrão dentro da loja, o tempo todo. Tirava um pouco da nossa liberdade, que a gente tinha com a [Joana]. Com a [Joana] a gente ficava sentado na escada, botava umas músicas bem crazy para ficar escutando,

¹⁸ Para efeito elucidativo dos tamanhos dos produtos da loja, uma mulher que vestisse calça tamanho 38 caberia no tamanho M ou G dos produtos da loja, tendo alguma variação de acordo com o modelo do produto específico. Uma mulher que vestisse calça 40 ou 42, vestia G ou GG. O tamanho GG estava disponível apenas nas peças desenhadas para “senhoras mais velhas”, sendo praticamente inexistente em outras peças.

umas coisas nada a ver, ela deixava a gente fazer, até comer sorvete na escada. A gente foi até fazer compras juntas ela liberou as duas juntas...E liberou a [Letícia] e a [Kelly] também, isso era muito legal.

[...] Às vezes ficava meio puta só com a [Lia]. Às vezes tipo a gente estava lá no nosso negócio e ela – diferentemente da [Joana] – porque as vezes a gente conversava, o que também não é crime, convenhamos, não vou ficar lá esperando calada, entrar um cliente na loja. E as vezes a gente estava virada, conversando com ela mesmo, dentro da loja, conversando de costas para a porta. Daí entrava cliente ela [Lia] pegava e ia lá atender, isso eu ficava meio puta, porque ela era caixa, não devia atender. Eu: Você acha que ela deveria avisar a pessoa que estava na vez? Bianca: Sim, obviamente, deveria ter avisado. Depois que ela fez isso, ela até botava para [caixa da loja] depois decidir de quem era a venda. Mas mesmo assim, eu, ...sei lá, não fechava. (Bianca, Palhoça, 2013)

Algumas vezes, quem não queria atender naquele momento passava “sua vez” para outra ou deixavam que uma das estoquistas atendesse o cliente. Outras ocasiões, geralmente no fim do mês ou quando as vendedoras estavam perto de “bater a meta”, o revezamento da “vez” ficava mais acirrado, todo mundo queria atender. Ainda acontecia com frequência que uma vendedora que já havia “batido a meta”, cedesse sua vez para outras vendedoras que ainda estavam tentando “bater”. Acontecia inclusive de a gerente dar folga (ou a vendedora pedir folga) para a vendedora que já tinha atingido a meta e assim deixasse as outras que não haviam atingido suas metas trabalhar no lugar daquela. Outras vezes uma vendedora iniciava a venda e precisava ir embora pois o horário dela havia acabado e então outra vendedora se dispunha a assumir a venda e passá-la para a vendedora que havia iniciado. Ainda era possível que as caixas e a gerente vendessem e então as vendas eram passadas para alguma vendedora que estava na loja, ou era sorteada entre as vendedoras, ou “cedida” a alguma dela por uma questão pessoal.

Essas “parcerias” em que uma vendedora não trabalha ou trabalha para ajudar uma outra a vender e assim “bater” sua meta, o “aviso” de que a pessoa “está na vez”, assim como as conversas, trocas de conselhos e experiências, relações de ensino e aprendizagem (seja em como usar o

percentual na calculadora de maneira mais rápida, como achar peças no estoque, como combinar roupas) eram constantes entre as trabalhadoras e foram inicialmente invisíveis.

Assim, aos poucos, em meio ao caos inicial aonde só existiria conflito e competitividade, foi-se descobrindo que o ambiente de trabalho era também divertido, existia cumplicidade e negociação entre as trabalhadoras, chegando a existirem amizades (prévias e posteriores) ao trabalho na loja. Mas, como qualquer categoria ou grupo de trabalho, este grupo não eram completamente homogêneo, percebia-se que esses laços de amizade e sociabilidade eram mais fortes entre algumas das trabalhadoras que trabalharam em 2011 e retornavam para o trabalhar novamente em 2012.

Sociabilidade como aqui entendida, se remete a Georg Simmel (apud Frúgoli Jr, 2007) e diz respeito a uma ação recíproca entre indivíduos que promove/mantém um vínculo social entre os mesmos. A conversação, especialmente a que não possui fins práticos, seria um exemplo de uma forma de sociabilidade: o conteúdo da conversa não é exatamente o que interessa, mas é o meio pelo esse vínculo social se estabelece. Essa sociabilidade, na forma de conversação, se mostrava muito constante dentro do espaço e durante o tempo de trabalho: compartilham-se experiências pessoais diversas; gostos estéticos e de moda; opiniões sobre assuntos diversos, principalmente os relacionados à existência das mesmas enquanto “mulheres”. A sociabilidade entre as trabalhadoras extrapolava o próprio espaço do shopping e da loja, assim como o tempo do trabalho, e se mantinha pelas redes de comunicação virtual, pelas saídas coletivas em grupo, telefonemas, mensagens, festas compartilhadas entre elas, que se percebiam e nomeavam enquanto grupo.

Tenta-se destacar aqui que a sociabilidade parecia ser fundamental na dinâmica de trabalho nesta loja. Essa sociabilidade também era percebida pelas trabalhadoras como um diferencial da loja, sendo mencionada por todas as interlocutoras entrevistadas nesta pesquisa: “Era uma astral, era de bem com a vida. É o que falei, era mais bagunça, era mais festa.” (Ana, Shopping Iguatemi, 2013).

Muita parceria, muita brincadeira, muita amizade, não tinham conflitos, não tinham conflitos, nem competição no trabalho. Era bem de boa, ali na [Loja em questão] sim, não tinha competição, a gente se ajudava com as vendas. A gente passava venda pra outra bater meta, era bem “light” ali na

loja. Tanto que as amizades ficaram, através da loja. (Letícia, Shopping Beiramar, 2013)

Bem gostoso, é um ambiente bem tranquilo, a gente acaba se divertido muito. Como também é uma loja de biquíni, é uma loja que tem uma aparência descontraída, e eu acho que funciona assim também. A gente acaba brincando, rindo, fazendo brincadeiras quando não tem ninguém na loja, é um clima bem descontraído, leve. Eu diria que é bem gostoso a gente trabalhar ali. (Joana, Shopping Beiramar, 2013)

Em shopping só trabalhei na [loja desta pesquisa]. Mas com referência a outras pessoas que eu conheço e que trabalham em shopping, isso [conflitos entre trabalhadoras] é gritante. Uma amiga minha hoje trabalha numa loja de shopping e ela não suporta. Não faz nenhum um mês e ela quer ir embora de lá, por causa da equipe. Porque não dá certo, ela diz que as piores pessoas foram selecionadas para trabalhar naquela loja, que é um clima muito pesado e ela não sente vontade de trabalhar lá, por causa da equipe, não é por causa da loja. (Cátia, Shopping Iguatemi, 2013)

Foi muito legal estar na loja, nesse sentido, conviver com pessoas bem diferentes. Elas eram muito legais, todas bem receptivas...claro que mulheres sempre tem suas Tpm e nesses dias a gente ficava longe. Mas em geral eu achava bem tranquilo trabalhar na loja. Bem tranquilo mesmo. (Bianca, Palhoça, 2013)

Pode-se argumentar que manter um ambiente de trabalho agradável seja uma dimensão da sociabilidade presente em lojas e comércio em geral¹⁹. Contudo, esse clima agradável, extrapolava o que se poderia chamar de “necessário”. As trabalhadoras desta loja, incluindo aqui a gerente, desenvolviam parcerias, amizades, e podiam mobilizar esses

¹⁹ Esta é uma hipótese mais do que uma afirmação, e se baseia também no artigo de Viviane Vedana (2013) sobre o “ser feirante” e a importância da sociabilidade na constituição do mesmo.

laços de uma maneira proveitosa, enquanto táticas (Certeau, 2008), garantindo um elemento divertido e menos extenuante ao trabalho.

O uso de “relações” para se conseguir ingressar ou manter o emprego já foi apontado no famoso estudo de Leite Lopes (1976) sobre os trabalhadores das usinas açucareiras de Pernambuco. O autor aponta, que uma das constantes disputas entre patrões e empregados era em relação ao emprego (ou não) de filhos de operários. Enquanto os operários do açúcar tentavam constantemente mobilizar suas “relações” com superiores que lhe eram amigáveis para garantir um emprego como aprendiz para seus filhos ou um outro posto de trabalho para si; os usineiros recusavam-se constantemente a contratar filhos de operários e mudavam constantemente os postos de chefia. Uma das explicações apontadas pelo autor para a recusa na contratação seria evitar que se formasse uma “classe operária” como memória e raízes. Os esforços, portanto, era para se evitar que os operários tirassem proveito das relações de sociabilidade, enquanto que os operários tentavam sempre mobilizá-las tanto para conseguir um melhor cargo, quanto para conseguir um emprego aos filhos.

Um exemplo disso ocorreu durante o trabalho de campo intermitente, a gerente perguntou se esta pesquisadora iria querer trabalhar e pesquisar na loja no verão 2013. Diante da resposta positiva, ela então comentou que ainda estaria faltando contratar pelo menos mais duas funcionárias e pediu indicação de alguma amiga que desejasse trabalhar. Neste momento, Letícia, uma das vendedoras que estava presente e que era amiga da gerente e de outras funcionárias da loja, se manifestou, perguntando em relação à uma hipotética nova funcionária, “Mas ela é das nossas, né? ”.

A pergunta de Letícia sobre “ser uma das nossas” mostra justamente como estes laços de sociabilidade entre as trabalhadoras da loja e entre estas e a gerente (que também “era uma das nossas” e figura central para este grupo se constituir) eram relevantes na dinâmica daquela loja e podiam ser mobilizados enquanto “tática” - tal como definiu Michel de Certeau (2008) - para que se conseguisse retornar à loja, ou ser admitido pela primeira vez.

O conceito de “tática” foi criado para dar conta das práticas dos usuários/consumidores culturais que na teoria social aparecem como que entregues à passividade. Para Certeau (2008), os usuários/consumidores não são passivos, mas estão constantemente, nas práticas cotidianas (“maneiras de fazer”), criando sobre o que lhes é imposto pela

representação dominante. Para o autor existe uma lógica própria nessas maneiras de fazer dos usuários. Assim, a “tática” seria uma maneira de fazer que estaria sempre se insinuando dentro das representações dominantes, vigiando-as para tentar captar possibilidades de ganho para o usuário.

Ao mesmo tempo, o estabelecimento e mobilização de vínculos de amizade dentro da loja permitia que se “reinterpreassem” algumas das regras do patrão e se estabelecessem regras mais flexíveis e negociadas pelas trabalhadoras e com a gerente, favorecendo um “remanchar coletivo”. Este termo - “remanchar” - foi apresentado por Leite Lopes (1976) para designar pequenos períodos de descanso não autorizado pelo patrão que aconteciam individualmente durante o longo turno de trabalho dos operários do açúcar. No caso das trabalhadoras da loja, pode-se dizer que acontecem períodos de descanso “coletivo”: várias trabalhadoras descansando, conversando e compartilhando experiências, usando internet, lendo, fazendo as unhas, arrumando o cabelo, se maquiando, planejando saídas entre elas, passeando pelo shopping fora do horário de intervalo, por isso o uso do termo “remanchar coletivo”.

A gerente, Joana, ao descrever os padrões e o relacionamento com ele, indica este conflito das trabalhadoras com essa “lógica de mercado”, que seria também a lógica dos padrões e, em certo sentido, dominante dentro do trabalho em lojas de shopping:

Claro que é assim: Como todo dono de loja, eles pensam mais no que eles tem a ganhar, do que no bem estar nosso. Mas são pessoas boas. Acho que às vezes eles pecam um pouco na questão de...tipo assim, vou te dar um exemplo: agora no dia sete de setembro, as lojas aqui abrem das duas às oito; e no nosso caso ele fez a gente abrir das onze da manhã às dez da noite, quando na verdade o obrigatório [pelo shopping] é das duas às oito...E aí o que eu acho disso tudo? Eu acho que das onze até as duas e das oito até as dez não entrou viva alma na loja, porque todas as outras lojas estavam fechadas...Então isso eu acho um erro bem grande. Acho uma coisa ruim, mas tirando isso, é como eu falei: São pessoas boas, de boa índole, bom caráter, honestas, te pagam no dia certinho, nunca me enrolaram...são pessoas boas. Mas tem coisas que eu acho um pouco demais: Abrir a loja num período muito maior, sendo que as outras estão fechadas. Se as outras estivessem abertas...mas só a gente ali,

ninguém entrava... Isso não faz sentido. (Joana, Shopping Beiramar, 2013)

O “ser” das trabalhadoras aparece, portanto, vinculado a duas lógicas diferentes: a lógica do “mercado”, do ganho econômico, da competitividade estimulada pelo “patrão” e pelo “escritório”; e a lógica da sociabilidade do grupo, do remanchar coletivo, da “dádiva” (Mauss, 2008). Neste sentido, a frase pronunciada por Letícia, ao perguntar se a hipotética nova trabalhadora “é das nossas”, indica que “ser uma das nossas” é ser uma trabalhadora que investe na lógica da “dádiva” (Mauss, 2008), que participa da sociabilidade do grupo, que entra nessa lógica de remanchar coletivo, não deixando de a mobilizar enquanto tática para permanecer ou retornar ao emprego, e também produzir uma experiência de trabalho menos cansativa e mais prazerosa.

O uso do termo “dádiva” neste trabalho retoma o conceito original do etnólogo francês Marcel Mauss (2008), em seu famoso estudo acerca dos contratos e economia “primitiva” – Ensaio sobre a Dádiva. Nesta obra, Mauss dá a entender que a vida social se constitui através de trocas que nunca cessam, dádivas. São através destas que se realizam alianças, se constitui o grupo e quem está fora deste. As dádivas não têm apenas uma dimensão econômica do objeto em si, mas, principalmente, a dimensão simbólica de carregar algo, parte, de quem troca.

Assim, este termo é mobilizado aqui para nomear esta outra lógica que se manifesta entre as trabalhadoras. A lógica do mercado, incentivada pelos padrões e pelo “escritório”, busca sempre extrair o máximo do trabalho das vendedoras, neste sentido, torná-las competidoras faria com que elas “trabalhassem mais” numa relação que seria sinônimo de “vender mais” e garantir mais lucro para a loja. A competitividade expressa pelas vendedoras principalmente nos meses de dezembro pode ser um exemplo da atuação desta lógica. Já a lógica da “dádiva” atua na medida em que as vendedoras e as demais funcionárias promovem vínculos afetivos, conversam, trocam experiências, constroem uma relação de sociabilidade entre elas que pode ser mobilizada enquanto “tática” (CERTEAU, 2008) e assim conseguem tornar mais agradável a relação de trabalho e exercer resistência à lógica exaustiva da competição do mercado. Em tempos de expansão do trabalho temporário e renovação de formas de expropriação da força de trabalho, como apontado por Vera Telles (2006), essas jovens mulheres, interlocutoras desta pesquisa, mobilizavam o possível para tirar o maior proveito de seu trabalho e torná-lo o mais agradável e menos extenuante.

3 NARRATIVAS, TRAJETÓRIAS E PROJETOS

Nesta seção apresentamos algumas das trabalhadoras que são as interlocutoras desta pesquisa, as narrativas que elaboram sobre o trabalho, bem como suas trajetórias, o processo de contratação na loja do shopping, e os projetos (Velho, 1994) que elaboram a partir deste.

3.1 CHEGANDO À LOJA NO SHOPPING: PROJETOS E TRAJETÓRIAS

Gilberto Velho (1999; 1994), um dos primeiros antropólogos brasileiros a pensar o fenômeno urbano em seu livro *Projeto e Metamorfose: antropologia das sociedades complexas* (1994), discute, a partir das reflexões sobre sua estadia com imigrantes portugueses nos Estados Unidos em 1971, a “sociedade complexa moderna-contemporânea”, afirmando que ela se constitui por um processo de integração entre grupos e segmentos diferenciados (p.38) que estaria cada vez mais associada mercado internacional. Ele defende, baseando-se principalmente no trabalho sobre as ideologias individualistas e holistas do antropólogo Louis Dumont, que a modernidade no ocidente está associada ao desenvolvimento dessas ideologias individualistas que se reorganizam dentro de diferentes combinações de hierarquias individualistas e holistas.

Dentro deste panorama “moderno”, ele retoma o conceito original de “projeto” de Albert Schütz, “conduta organizada para atingir finalidades específicas” (p.40) e “campo de possibilidades” (dimensão sociocultural, espaço para a formulação de projetos) para possibilitar a análise de trajetórias destes sujeitos modernos. Os projetos podem ser coletivos ou individuais, múltiplos e até contraditórios e variam junto com as transformações na identidade ao longo do tempo.

[...] a multiplicidade de motivações e a própria fragmentação sociocultural, ao mesmo tempo em que produzem quase que uma necessidade de projetos, traz a possibilidade de contradição e de conflito. Por isso mesmo o projeto é dinâmico e é permanentemente reelaborado, reorganizando a memória do ato, dando novos sentidos e

significados, provocando com isso repercussões em sua identidade.” (Velho, 1994, p.102)

Assim, a partir das narrativas dessas trabalhadoras, suas motivações e projetos ganham evidência e nos permitem esboçar brevemente suas trajetórias profissionais.

Ana é uma vendedora “profissional”, natural de Florianópolis e estava na faixa dos vinte anos. Seu pai, duplamente graduado (Matemática e Educação Física) possuía estabelecimentos comerciais: uma floricultura e, posteriormente, uma banca de revista. Ana comenta que trabalhava desde os nove anos de idade, primeiro na floricultura da família, passando posteriormente para a banca de revista, a qual ficou como “dona do negócio”. Depois de sete anos trabalhando em sua banca, Ana resolveu sair. “Eu me cansei um pouco – até porque trabalhar com família não é uma coisa muito fácil...as coisas se misturam um pouco - e daí resolvi sair. E achei a melhor opção vir para o shopping.” (Ana, Shopping Iguatemi, 2013).

A ida de Ana ao shopping estava motivada tanto pelo projeto (Velho, 1994) de independência familiar, o qual também incluía a aquisição da casa própria que ela pagava no consórcio. O shopping, neste momento, representava a maneira de financiar tudo isso. “Eu já tinha terminado o segundo grau e na verdade tinha interesse em estudar. Mas como a minha prioridade era comprar a minha casa – que eu já pagava no consórcio - eu tinha que ganhar dinheiro, e nesse período não deu para conciliar as duas coisas.” (Ana, Shopping Iguatemi, 2013)

O primeiro emprego de Ana no shopping foi como vendedora efetiva em uma loja de uma empresa brasileira de comércio de sapatos. Sua contratação aparece relacionada com sua trajetória enquanto “profissional” do comércio, tendo mobilizado sua experiência anterior enquanto “dona” de banca:

Eu: Como foi a sua contratação, na [loja de sapatos]? Ana: Foi muito rápido. Acho que por trabalhar sete anos numa empresa própria facilitou. Porque eu tinha todo um cargo já de responsabilidade, porque na banca não tinha muitos funcionários...era eu e eu. Eu fazia os pedidos, eu trabalhava, eu assinava os contratos, era eu que fazia tudo. Acho que isso foi um facilitador. [...]fui lá [na loja de sapatos] e entreguei currículo e dois dias depois ela me chamou, e um

dia depois ela me ligou para mim trabalhar. (Ana, Shopping Iguatemi, 2013)

Letícia, era uma jovem portuguesa que teve sua primeira experiência de emprego como vendedora na loja desta pesquisa. Sua busca por emprego se deu quando seus pais, moradores dos Açores em Portugal, e funcionários públicos, passava por problemas financeiros. Formada em Nutrição por uma universidade brasileira, Letícia não desejava atuar na área e destaca seu interesse tanto pela remuneração que o shopping poderia lhe oferecer quanto pela possibilidade de trabalhar em comércio:

Eu: E porque você decidiu trabalhar no shopping, especificamente? Letícia: Porque eu sabia que ganhava comissão e lidava com público. Eu não posso fazer concurso público, porque eu não tenho igualdade de direitos e eu não tava interessada em trabalhar em...Porque eu sou formada em nutrição. Eu não tinha interesse em trabalhar em restaurantes, escolas, creches, não, eu queria trabalhar com comércio mesmo. (Letícia, Shopping Beiramar, 2013)

Joana, gerente da loja, era amiga e colega de Letícia na graduação em Nutrição. Ela teve seu primeiro emprego com dezenove anos, uma breve passagem como secretária em uma empresa de advocacia de sua família. Assim como Ana, resolveu tentar a autonomia familiar, buscando trabalho no shopping ao mesmo tempo em que cursava a faculdade de Nutrição. Em sua motivação para procurar o shopping, ela destaca sua “identificação” com a profissão e com os produtos comercializados como um dos motivos para buscar emprego em lojas no shopping:

[...] Como a [minha] faculdade era à noite e assim, trabalhar com família é interessante, mas não é tanto assim...eu resolvi trabalhar em algo que tivesse mais a ver comigo. Aí eu comecei a entregar currículos nas lojas do shopping que eu achava que eu tinha a ver, que eu gostava, pelo menos do produto, algo assim. (Joana, Shopping Beiramar, 2013)

Ana, Letícia e Joana tem em comum o fato de suas trajetórias laborais serem, pelo menos determinado momento, em direção à alguma

“profissionalização” enquanto trabalhadoras de comércio, vendedoras e gerente.

Ana, após a efetivação como vendedora na loja de sapatos, trabalhou na loja desta pesquisa como vendedora temporária e, mesmo sendo convidada pela gerência e pelos donos da loja a permanecer como vendedora efetiva, mobilizou seus conhecimentos profissionais e experiência para ser vendedora efetiva em outra loja de sapatos que lhe parecia mais atraente:

Na verdade eu não achava a loja uma empresa muito bem organizada né? E isso foi um dos fatores para eu sair também. A Joana conversou comigo em particular, quando eu fui sair, que a intenção dela era sair e ela queria me indicar para ser gerente. Só que, como o rendimento da loja era muito baixo no inverno e eu achava que não era uma empresa muito bem organizada, eu achei que não era uma boa opção ficar ali, sabe? Sai e fui procurar emprego de novo. Nem quis ficar o ano inteiro. (Ana, Shopping Iguatemi, 2013)

A loja de sapatos em que Ana trabalhava possibilitou a ela adquirir sua casa própria e, a partir disso, repensar sua profissão de vendedora de loja, pensando em retomar o projeto de trabalho mais autônomo, dentro do negócio de sua família, que lhe permitiria também investir, quando desejasse, numa possível graduação.

Eu: E agora você disse que também está pensando em sair dessa loja? Ana: Mas aí não é uma questão de loja, é mais uma questão pessoal. Porque eu acho que eu tenho outras qualidades de organização, e não só vendas. Só que a única pessoa que vê isso é o gerente, os donos nunca vão ver. Para os donos eu sempre vou ser número, sempre vou ser o que eu vendo. Então, a visão que eu tenho agora é que vai ser muito difícil crescer, numa loja, sabe? Até porque eu vejo muitas meninas que só migram de loja, mas a função é a mesma...é tudo a mesma coisa. E não só isso que eu quero para a vida. Eu quero mais do que isso. Eu: Você está pensando em fazer universidade agora? Ana: Não, aí eu voltaria para minha banca, trabalharia menos horas e me dedicaria a estudar no

outro período do dia. E adeus shopping. (Ana, Shopping Iguatemi, 2013)

Letícia, após dois verões trabalhando como vendedora temporária na loja desta pesquisa, percebendo que a situação financeira da família não era resolvida e não podendo, momentaneamente, investir no projeto (Velho, 1994) de se tornar funcionária pública, resolveu investir na profissão de vendedora.

Letícia: Eu era cliente da [loja de roupa em que foi contratada], eu tenho facilidade de diálogo né, sou bem expressiva. Conheci a gerente da [loja em que trabalhava] e quando sai da [loja desta pesquisa] fui entregar o currículo, e ela como gosta da minha postura, ela diz que tenho um aspecto seguro, do jeito como eu falo e transmito. E ela quer uma mulher segura pra vender. Ela resolveu apostar em mim. Eu não tinha experiência em vendas. E ela resolveu apostar em mim e deu certo. Eu: Mas a experiência da [loja de roupa desta pesquisa] não contou pra ela? Letícia: Pra eles não, tem que ser mais ampla a experiência. [...] Eu teria que ter trabalhado em várias lojas, eu teria que ter um currículo mais extenso.[...]Qualquer loja de roupa de artigos femininos ou masculinos em que eu tivesse vendido e que não fosse biquínis, era mais seguro. Ela me contratou pela minha postura, pelo meu diálogo, assim. Eu passei segurança a ela, ela mesma disse, tu passas segurança a mim. [...] Eu: E o teu objetivo era virar vendedora permanente? Letícia: Enquanto eu não puder fazer concurso público, sim. (Letícia, Shopping Beiramar, 2013)

Letícia apresentava um projeto (Velho, 1994) de conquistar um emprego que garantisse “estabilidade, ela identificava isso na figura da funcionária pública, o que, em seu caso, dependia da tramitação de seu pedido de igualdades de direito, em tramitação na Polícia Federal havia alguns anos, sem que ela tivesse um prazo definido para obter a resposta de seu pedido. Enquanto esperava, Letícia atuou alguns anos como vendedora nesta loja de roupas.

Joana, após conseguir emprego como vendedora temporária na loja desta pesquisa, foi uma das vendedoras que a gerente e os donos escolheram para permanecer na loja como funcionária efetiva. Ela

revezava trabalho e graduação em Nutrição e, depois de dois anos nesta loja, tendo trabalhado como vendedora, estoquista e caixa, foi convidada a assumir a gerência de outra loja da franquia, desistindo de atuar como nutricionista.

Eu: Porque você continuou a trabalhar na loja quando não tinha mais que pagar faculdade, depois de formada? Joana: Porque eu fiquei meio desgostosa com a Nutrição mesmo, quando eu já estava nos estágios finais...eu terminei porque minha avó estava me ajudando a pagar, eu acho que iria ser muito chato se eu desistisse, de último. Acho que era obrigação minha, eu me formar. Mas eu já estava desgostosa, acho que eu vi que não era aquilo que eu queria para minha vida. E realmente tu mudas muito de opinião durante os anos de tua vida, e eu entrei com 19 anos na faculdade, então,...sei lá, tu mudas muito.(Joana, Shopping Beiramar, 2013)

Joana seguiu, então, uma trajetória de profissionalização, atuou durante dois anos como gerente da loja, não pensando em sair do ramo. Contudo, com o passar do tempo, reelaborou projetos (Velho, 1994) e investiu em uma outra graduação, agora em Letras Inglês. “Eu sempre gostei de Inglês, então...Mas eu fiquei uns dois anos sem fazer nada, só trabalhando, continuei aqui, porque eu já estava aqui, já era gerente aqui, até por uma questão de continuidade tu ficas mesmo. Daí depois fui fazer vestibular para Inglês e passei.” (Joana, Shopping Beiramar, 2013)

Em 2013 ela estava no início da graduação, não podendo atuar nesta área, o seu trabalho como gerente, por uma certa “flexibilidade” para cumprir os horários de trabalho, garantia que ela pudesse se sustentar e perseguir seu projeto de mudar de profissão, de atuar como professora de inglês.

Por mais que eu goste daqui, tu te fartas, às vezes, no mesmo lugar por tantos anos...Mas, a questão é que a minha faculdade é de tarde. E aqui, querendo ou não, eu tenho uma certa regalia, que eu estou aqui há muito tempo. Então agora que era inverno, que não tinha movimento, eu podia abrir a loja, ficar aqui até a uma e meia, ir para a faculdade e voltar. E fechar, eu cumpria as horas que eu precisava. Isso que é o bom de estar aqui, eu posso fazer esse horário quebrado. Mas agora que o verão está se aproximando já é mais difícil, que eu

precisava estar mais integral na loja, e eu tenho que ir de tarde para a faculdade, e é mais complicado. Mas eu não sei, o grande problema para mim agora é o fato de a faculdade ser de tarde, isso me impossibilita muito, diminui consideravelmente as chances de emprego. E eu não posso ficar sem emprego. Tipo, como vou chegar numa outra loja e dizer “minha faculdade é de tarde, posso abrir a loja e depois voltar para fechar”? Não existe isso. (Joana, Shopping Beiramar, 2013)

As narrativas de Ana, Letícia e Joana evocam motivações para este trabalho que vão além da remuneração, mas envolvem a questão do “lidar com público” e da identificação com a profissão. Isto é diferente do que aparece no depoimento de Bianca, uma estudante universitária de Florianópolis que teve seu primeiro trabalho “não intelectual” no cargo de vendedora temporária na loja desta pesquisa, tem a remuneração como uma das principais motivações:

Eu: o que te levou a trabalhar fora da universidade, na loja? Bianca: Condições financeiras, porque como eu comecei a morar com o Matheus, a gente tava contando com o dinheiro que a gente tinha. [...] E o Matheus nas férias ele não tinha salário porque ele era professor substituto do estado, e o professor substituto só recebe a aula que dá, então não tem décimo terceiro, não tem nada. Então ele também não ia ter, e ele também não conseguiu trabalho. Então quando eu consegui garantir alguma coisa, quem trabalhou fui eu. [...] Eu: E o shopping foi tua primeira opção, assim, trabalhar na loja de shopping? Bianca: Foi. Se bem que tinha bastante emprego temporário. Floripa, no verão, sempre acontece isso. (Bianca, Palhoça, 2013)

Tendo uma trajetória profissional - acadêmica encaminhada, o qual, juntamente com o auxílio de sua família, lhe garantia meios para se sustentar, Bianca via no shopping a possibilidade de financiar momentaneamente seu projeto (Velho, 1994) de vida conjunta com seu companheiro. As dificuldades financeiras da estudante se concentravam naquele momento de “férias”, em que não havia bolsa de estudos, em que seus meios de sustento eram diminuídos. Retornando ao período de aulas,

suas bolsas retornariam e o trabalho no shopping não era mais necessário nem desejado.

A remuneração também é citada por Cátia, outra estudante universitária que teve uma série de passagens como trabalhadora temporária na loja, chegando a ser efetivada como caixa por ano, quando “guardou dinheiro” para financiar seu intercâmbio acadêmico. Cátia, ainda que tenha sido vendedora efetiva, não chegava a identificar-se como uma “profissional” do comércio, na medida em que também procurava trabalho “na sua área” e enfatizava como o trabalho em shopping era extenuante. Cátia também buscava o shopping como meio de financiar seu projeto (Velho, 1994) de concluir os últimos semestres de sua graduação em artes visuais.

Eu: E você tá procurando trabalho? Onde? Cátia: To procurando porque eu preciso de dinheiro. Na minha área e em shopping. Eu: A tua área é artes visuais? Cátia: É, artes visuais e moda, agora que fiz um curso, fiz modelística. Eu: E por que você tá procurando no shopping especificamente? Cátia: Porque é onde tem um salário equivalente a um salário de um graduado. Só pensando no dinheiro mesmo, porque não tem satisfação trabalhar em shopping porque é muito pesado. Tanto a carga horária quanto pra cabeça. (Cátia, Shopping Iguatemi, 2014)

O processo de contratação destas interlocutoras dentro da loja de shopping em que se localiza esta pesquisa mobilizam, em vários casos, laços prévios de sociabilidade e amizade, seja com a gerente, seja com ex-trabalhadoras da loja que conheciam a gerente, como no caso de Letícia: “Eu: Sobre o trabalho, quando e como você começou a trabalhar? Letícia: Com 27 anos, na [loja desta pesquisa], por necessidade e porque eu conhecia a gerente. Era minha amiga, ela fez faculdade comigo, fez nutrição, e eu pedi emprego a ela, no shopping.” (Letícia, Beiramar Shopping, 2013). E também no caso de Bianca:

Bianca: A contratação, acho que foi a [Joana] me ligou. Não,... eu liguei, depois que tu tinhas falado para mim que tinhas falado com ela. Eu liguei para ela e fui lá levar o currículo. Daí já na loja ela foi super querida, super gentil, eu estava morrendo de medo...[...] A [Joana] foi supersimpática, Ela já falou: Ah, tu que é amiga da Luísa, eu falei que era; ela basicamente olhou o currículo e falou: Tá

ótimo, é isso aí, depois eu entro em contato contigo...e perguntou sobre a disponibilidade de horário. (Bianca, Palhoça, 2013)

Joana, gerente da loja, também destaca como os laços de sociabilidade são relevantes para ela no processo de contratação:

Eu: Você prioriza quem já trabalhou antes ou isso vem do patrão? Joana: Aí no caso é mais eu mesmo. Quem já trabalhou numa temporada e quer voltar, eu dou prioridade, com certeza. Primeiro pela afinidade e amizade que eu criei com a pessoa; e porque tu sabe que já deu certo e, vai dar de novo, por isso. Tu já tens uma afinidade, gostas daquela pessoa, então é ótimo que a pessoa volta,. Os donos da loja nisso até não dão muito palpite. (Joana, Shopping Beiramar, 2013)

Se para a contratação de trabalhadoras temporárias os laços de socialização e a rede de relacionamentos conseguiram ser mobilizados enquanto táticas (Certeau, 2008) com relativo sucesso; para ser conseguir um contrato de trabalho como efetiva, nem sempre isso acontecia, haja vista que a exigência e o padrão de seleção da candidata se modificava. O caso de Helena é um exemplo disso.

Helena era uma jovem de dezoito anos, vinda de camadas populares de Florianópolis. Ela conseguiu seu primeiro emprego na loja pesquisada a partir de sua irmã mais velha, a qual havia trabalhado durante alguns anos na mesma loja e era amiga da gerente. Seu desejo era, terminando o ensino médio (ela estava prestes a se formar), conseguir ser efetivada na loja como vendedora. A gerente, avisando que não contratariam mais pessoas além das trabalhadoras já efetivadas, incentivou Helena a procurar trabalho como vendedora em outras lojas. Apesar das várias entrevistas e testes de trabalho, Helena nunca conseguiu concretizar seu projeto (Velho, 1994) de se tornar uma vendedora profissional no shopping. Posteriormente, já com o ensino médio concluído, foi contratada como caixa de um supermercado popular no centro da cidade.

O caso de Helena é interessante para se pensar tanto nos saber necessários à profissão de vendedora quanto no mecanismo de seleção social que opera de forma a produzir a pessoal “empregável”. Bila Sorj (2000) destaca que uma particularidade do trabalho dentro do setor de

serviços é que muitos postos de trabalho envolvem comportamentos relacionais e interativos. “O que caracteriza essas ocupações é que a qualidade da interação estabelecida produz significados que operam como importantes sinalizadores do valor do produto para os consumidores. Dito de outra forma, o próprio trabalhador é parte do produto que está sendo oferecido ao cliente.” (SORJ, 2000, p. 30) Assim, estabelece-se uma relação entre as características pessoais dos(as) trabalhadores(as) com uma possível adequação trabalho o que

[...] transforma traços como aparência, idade, educação, gênero e raça em potencial produtivo, de tal forma que características e competências individuais são a condição mesma da empregabilidade. O resultado disso é uma forte estratificação do mercado de trabalho, em que níveis inferiores de emprego, sem tempo parcial ou temporário, são preenchidos predominantemente por minorias, mulheres, jovens com baixa escolaridade e, portanto, poucas oportunidades de carreira e mobilidade. (SORJ, 2000, p.30)

Os apontamentos de Sorj (2000) são importantes porque ajudam a compreender a hierarquia de prestígio e salário que existia dentro do grupo de funcionárias, indo ao encontro do caso de Helena que, apesar de expressar diversas vezes para a gerente e para colegas de trabalho o seu desejo de se tornar vendedora, nunca conseguiu sair do cargo de estoquista.

O processo de venda, como mencionado no item 2.1, envolvia o aprendizado de combinações de peças, quais eram adequadas a quais clientes e uma certa maneira de falar e abordar as (os) clientes. Uma das características de Helena era sua espontaneidade e jeito despojado de falar, inclusive quando, em poucos momentos, ajudou as vendedoras a atender as clientes. Vindo das camadas populares, sua maneira de falar e seus gostos não condiziam com o produto elitizado que se vendia. Helena podia ser estoquista - não precisava interagir com clientes - e uma trabalhadora temporária de shopping, mas não conseguia se profissionalizar como vendedora.

Este elemento vai de encontro à variedade de placas de “precisa-se de funcionária (o)” que prolifera nos shoppings no período de verão em Florianópolis, as quais podem levar alguém a acreditar que é “fácil” conseguir emprego em lojas de shopping. E efetivamente o é, para uma

parcela pequena da população que se enquadra dentro dos “pré-requisitos” da empregabilidade. Como vimos no caso de Helena, existem uma série de mecanismos de exclusão (gênero, raça, idade, origem social) operando de modo a selecionar a pessoa “empregável”. Esses mecanismos aparecem muitas vezes na forma do que se chama de “perfil desejado” e “boa aparência”. Ainda que se possa argumentar que esses critérios podem ser mais flexíveis e variar de acordo com a loja, como as lojas de roupas e itens de rock e de roupas “jovem”, que contratam vendedores tatuado (a), e com o perfil do shopping (se ele é mais popular ou elitizado), eles nunca são inexistentes e, por isso mesmo, este é sempre um processo discriminatório, especialmente para as “minorias”.

Existiam entre as trabalhadoras, de maneira geral, projetos muitas vezes ligados ao objetivo de financiar “estudo” concomitantemente ou posteriormente, mas em tempos diversos. Mas percebe-se que, assim como várias outras trabalhadoras temporárias da loja, Cátia e Bianca não viam no trabalho na loja do shopping uma possibilidade de “profissionalização”, não tinham o desejo de “seguir” carreira, planejavam outras trajetórias profissionais. Seus projetos, pode-se dizer, giravam em situações mais momentâneas e que poderiam ser alcançadas a curto prazo, sendo o shopping um meio para tal. Ana e Joana ainda que “profissionais” em vendas, também repensavam constantemente suas profissões, reelaborando os projetos atrelados à profissão que, em comparação com o de Cátia e Bianca, eram de “longo prazo”.

É interessante notar que a existência destes postos de trabalho temporários aparecia nas narrativas das trabalhadoras atrelado à sazonalidade que perpassava o comércio dos produtos da loja. É importante destacar, contudo, que esta sazonalidade não é característica específica desta loja em questão, mas aparece de maneira geral nos trabalhos no setor de serviços da cidade de Florianópolis. Esta atrai uma grande quantidade de turistas entre os meses de dezembro a março, basicamente dobrando o contingente total de habitantes da cidade nestes meses²⁰. E é nestes meses que abrem muitos postos de trabalho em bares, restaurantes, lojas.

²⁰ Um estudo realizado pela SANTUR – Santa Catarina Turismo, aponta que na soma dos meses de Janeiro, Fevereiro e Março de 2012, Florianópolis recebeu mais de um milhão e quinhentos e cinquenta mil turistas. Estudo disponível em: http://www.santur.sc.gov.br/images/stories/estatisticas/Demanda2012/florianopolis_sinopse2012.pdf

A própria loja a que se refere esta pesquisa tentou ampliar seus produtos, incorporando itens de inverno e meia estação, realizando um esforço para manter as vendas ao longo do ano. Contudo, o número de funcionárias continuava muito pequeno. Em uma ocasião, uma das caixas que era trabalhadora efetiva da loja mencionou que, durante o inverno, acontecia de ficar apenas uma funcionária dentro da loja por horas, e, sendo a loja localizada dentro de um shopping, é expressamente proibido fechá-la antes do horário estabelecido por este. Isso fazia com que a funcionária em questão não pudesse se ausentar da loja durante o expediente de trabalho nem para ir ao banheiro. Isto foi reforçado por Joana, gerente da loja, em sua entrevista:

Tem uma dificuldade extra no inverno que a gente passa muito tempo sozinha, na loja. E não tem banheiro dentro da loja,.. e então acaba que no inverno a gente precisa da colaboração das pessoas que estão ao nosso redor, para dar uma olhadinha enquanto a gente vai ao banheiro rapidinho, ou compra um lanchinho...Mas ainda bem que as pessoas entendem, às vezes elas precisam e a gente também dá uma mão, para o pessoal do shopping. Isso é uma dificuldade do inverno, tem certos dias, certas horas, que fica uma pessoa só na loja. (Joana, Shopping Beiramar, 2013)

Como o depoimento de Joana indica, o próprio shopping em questão também era um exemplo da sazonalidade: existiam diferentes horários de funcionamento do shopping, variando de acordo com a época do ano (o período em que ele ficava por mais tempo aberto era durante o verão); seu número de funcionários (as) aumentava nos meses de verão²¹.

A sazonalidade da procura turística era a motivação usada pela maioria das (dos) interlocutoras (es) desta pesquisa para entender a variação de vagas de trabalho dentro do setor de serviços da cidade de Florianópolis. O aumento do número de postos de trabalho temporário é um assunto muito discutido dentro dos estudos acerca do mundo do trabalho, sendo considerado um indicativo de “precarização do trabalho”.

A precarização do trabalho, segundo Vera Telles (2006), seria uma das mutações recentes decorrentes da reestruturação produtiva, logo, algo

²¹ Essa informação acerca da contratação de funcionários(as) pelo shopping foi indicada por um segurança “temporário” do shopping, contratado durante para o verão.

recente. Esta ideia é contestada por José Sérgio Leite Lopes (2011). Para este, o que é chamado de “precarização do trabalho” parecer ser uma “dimensão permanente do trabalho sobre o capitalismo” (2011, p.11) O autor defende seu argumento baseando-se principalmente nas experiências de trabalho rural no Brasil que, até a década de 1960, concentravam a maioria da população e apresentavam ainda relações de dominação personalistas dos proprietários sobre os trabalhadores. Essa forma de dominação influenciaria na forma que assume o trabalho operário no Brasil. José Sérgio Leite Lopes (2011) defende que a “precarização” do trabalho no Brasil existia antes mesmo que o termo “precarização” surgisse na literatura dos estudos do trabalho, o que ocorreria atualmente é a expansão da mesma, alcançando a “sociedade salarial”. Um dos exemplos mobilizado por Leite Lopes (2011) seria as indústrias do açúcar que o autor estudou na década de 1970. Nessas indústrias rurais, o que seria futuramente chamado de precarização do trabalho aparece “disfarçado” como características “naturais” da produção agrícola sazonal.

Ainda que levadas em consideração as devidas diferenças entre o objeto desta pesquisa e os trabalhadores da usina de açúcar de Leite Lopes (1976), o trabalho sazonal dentro do setor de serviços na cidade de Florianópolis realiza a mesma naturalização das relações de produção e trabalho capitalistas: a figura do turista/consumidor adquire propriedades mágicas de se auto conjurar apenas durante o verão, sem maiores explicações ou esclarecimentos dos mecanismos que fazem com que isto aconteça e de como ele é o responsável pelas variações na quantidade de emprego assim como pelas dificuldades em se trabalhar no “inverno”.

Contudo, ainda sobre a discussão acerca da “precarização” do trabalho, é interessante destacar a visão tradicional de que trabalhadores (as) que possuem “carteira assinada” teriam uma suposta melhor condição de trabalho e estabilidade em relação a outros (outras). Dentro desta pesquisa, a suposta estabilidade da “carteira assinada” é contrabalançada pelos contratos de trabalho por prazo determinado, incorporados na CLT em 1967 pelo Decreto-lei n° 229, chamados informalmente de “temporários”: não existe nenhuma garantia que aquela pessoa será efetivada naquele cargo. Talvez isso não seja um problema significativo para aquelas trabalhadoras que pensam no trabalho no shopping como uma situação momentânea para realizar projetos de curto prazo, contudo, para aquelas trabalhadoras que se pensam como profissionais de vendas e mobilizam este trabalho para realizar projetos de longo prazo, como o pagamento de consórcio para aquisição da casa própria, a sazonalidade incide como uma precarização na profissão. Letícia, à procura da

“estabilidade financeira”, sintetiza o sentimento de ser “efetiva” no emprego.

Eu: Você notou alguma diferença em ser funcionária temporária só do verão e agora efetiva na [loja de roupa em que trabalhava]? Letícia: Eu não vejo diferença. Mas o meu trabalho funciona de outro jeito, eu me sinto mais segura, porque sei que não é só dois meses, não são dois meses que eu vou ficar ali. Então eu funciono de outro jeito, eu trabalho de outro jeito. (Letícia, Shopping Beiramar, 2013)

3.2 NARRATIVAS E VENDAS

A partir das trajetórias e narrativas das trabalhadoras desta pesquisa foi possível perceber uma diferença na descrição de seu trabalho. No geral, na medida em que se inicia uma trajetória de “profissionalização”, a qual requer a aprendizagens mais específicas da profissão, as trabalhadoras enfatizam mais sua participação ativa no processo da venda.

Bianca e Cátia, em suas descrições sobre o trabalho de venda na loja desta pesquisa, dava a entender que elas ocupavam um lugar menos importante no processo de venda, que o produto em si quase “se vendia sozinho”, numa concomitância com a retórica lojista que apresentava as duas formas de organizar as vendas em vendas individuais - vendedor (a) ativo (a) - e atendimento - vendedor (a) passiva (o).

Eu: Como você analisa o processo de venda da loja? Cátia: Da loja...sem ter que convencer, só oferece o que tem, o que não tem tenta substituir por alguma coisa semelhante, e se a pessoa não gosta de nada, não tem como insistir, fingir, dizer que tá bonito se não tá bonito. Sei lá, sempre foi na base da sinceridade e não forçando pra acontecer a venda, eu acho. (Cátia, Shopping Iguatemi, 2014)

Lembro que ela chegou, eu falei oi, só. É meio chato quando o vendedor fica empurrando um monte de mercadoria...eu sempre deixava os

clientes bem livres na loja. Eu estava ali quando elas precisavam...ela ia olhando e ia perguntando. Ela pedia: quero esse aqui, tamanho tal, eu subia correndo ia lá e buscava. (Bianca, Palhoça, 2013)

Ana e Letícia saíram da loja desta pesquisa - a qual, ainda que vendesse artigos de praia de uma marca famosa, era uma empresa de caráter mais “familiar” e pequena - para trabalhar como vendedoras efetivas em duas lojas de grandes redes de comércio de artigos de luxo, uma de roupa e outra de sapatos, numa trajetória de profissionalização. Joana ascendeu na hierarquia e se tornou gerente da loja desta pesquisa. Em suas descrições sobre o processo de venda percebe-se que seus papéis enquanto vendedoras/gerente são mais destacados, evidenciando um papel mais decisivo destas no processo da venda:

Letícia: A gente trabalha por lista de vez na loja, né, funciona pela vez, tá na minha vez de atender, eu tenho que atender faço o meu procedimento todo no atendimento, o meu objetivo é incentivar o cliente na compra, passo pro caixa, não é minha função mexer no caixa, fechou, eu tenho que finalizar a venda com o meu cliente, acompanhar até a porta e fidelizar o cliente. Era isso. (Letícia, Shopping Beiramar, 2013)

Joana: A cliente entra, a gente explica que estão divididos por tamanho, em pês, médios e gês, mas que a gente vende as partes separadas. Então é possível montar o biquíni. Aí dependendo de como ela responde isso, ou a gente ajuda ela a montar, mesmo procurando o que ela gosta mais, ou então ela vai escolhendo o que ela quer provar, vai montando e ela vai provando. Porque tem quem gosta de uma ajuda e tem quem goste de ver sozinha, eu tenho que respeitar isso. Aí, depois quando ela vai no provador, a gente tenta mostrar mais algumas peças, para ela provar também junto, para tentar incluir mais peças na venda, mais peças. É isso, assim: a gente vai conversando, se a pessoa é mais comunicativa a gente fala mais; se é mais quieta eu fico mais na minha, eu vou conforme o humor da pessoa. (Joana, Shopping Beiramar, 2013)

Ambas as lojas em que Ana e Letícia estavam usavam o sistema de vendas comissionado individualmente e a descrição delas sobre o processo de venda envolvia a questão da dificuldade em realizar as mesmas vendas (que eram realizadas com facilidade na loja desta pesquisa e no período de alto movimento, no verão) nas lojas atuais, indicando uma dimensão maior de cobrança e competição entre as trabalhadoras e trabalhadores:

[...] A amizade, mas não é uma amizade, ela não é tão profunda. Eu que vou sair dali e não vou ter amigas pro resto da vida. É mais competitivo. A gente se ajuda lá dentro, né, o clima é bom, tu convives dez horas, oito horas, as vezes doze horas por dia com elas, então é outro nível, só que é mais competitivo, muito mais, porque? Porque tens que fidelizar cliente, na [loja que trabalha] funciona assim, cliente fidelizado, fiel ele volta para comprar só contigo, então tu tens que...lamber o chão pro cliente. E lambendo o chão pro cliente não podes deixar que outras lambam por ti. Isto é bem competitivo ali. [...]Porque se eu não vender eu sou demitida. Se meus números em um ano, se eu não apresento X resultado, eles colocam o vendedor fora. (Letícia, Shopping Beiramar, 2013)

Ana e Letícia também apresentavam em suas narrativas uma série de aprendizados específicos referentes à essa “profissionalização” que vinha de suas trajetórias e experiências. Um desses aprendizados dizia respeito ao que Ana chamou de um aprendizado de “controle emocional” e a necessidade de, apesar da pressão para vender e a competição intensa entre vendedoras, manter um clima “tranquilo” na loja.

[...] trabalhar em shopping é trabalhar em grupo, é lidar com pessoas que não são iguais a você. Então, a diferença é que tem que ter um controle emocional muito grande, tem que se segurar todo tempo, não pode bater direto com a tua chefe, essas coisas de hierarquia. Na banca, como é uma coisa familiar...tu, sei lá, é teu pai, teu irmão, teu parente, você entra em conflito, mas depois as coisas se resolvem mais facilmente. (Ana, Shopping Iguatemi, 2013)

[...]há muito competição, há muito desentendimento, já houve brigas pessoais dentro da loja, pessoais mesmo, eu mesmo já fiquei sem falar com meninas ali durante um mês, quase. Então a gente não se auxilia. Depois, com o tempo, por uma questão de maturidade, porque as vendedoras são de vinte e cinco anos pra cima, ali, elas não são tão novinhas. É obrigatório tu teres um convívio mais harmonioso. Mas, amigos, amigos, negócios a parte. É assim que funciona lá dentro. Somos amigos, mas se eu te passo minhas vendas, tu me pagas. Eu nunca fiz, eu já fiz e já me pagaram, muito pouco, deu dezessete reais, as vendas que eu passei. Pagaram um almoço. [...] (Letícia, shopping Beiramar, 2013)

Se este “controle emocional” se direciona às colegas e aos colegas, também se refere às (aos) “clientes”. Em suas descrições dos clientes, a maioria das trabalhadoras indicou a existência de clientes “agradáveis” assim como “desagradáveis”, evidenciando uma dimensão conflituosa da relação vendedor/consumidor. Grande parte deste conflito, nas narrativas das trabalhadoras, tinha relação com a forma como as clientes e os clientes tratavam as vendedoras.

Eu: E como são as clientes da loja, no geral? Joana: Ah, tem de todo o tipo, de todo o tipo, é muito difícil, assim ó: Vai de jovem até mulheres mais velhas e tem – acho que como em todo lugar – tem gente que é descontraída, super simpática, super falante. Outras são mais quietas, ou esnobes, tem muito disso também, não vou mentir. Porque querendo ou não, quem compra esse biquíni tem um poder aquisitivo um pouco maior, ainda mais quem compra muito aqui. E assim como tem gente que é ótima, super simpática, também tem quem te trata como tu fosses assim um empregado... E tu estas ali atendendo, vendendo, mas tu não é isso, não é empregada, ou empregado. Tu és um ser humano que está, assim...oferecendo um serviço para aquela pessoa. E tem gente que realmente te trata mal, tem isso também. Graças a Deus não é todo mundo, acho que a maioria trata bem...(Joana, Shopping Beiramar, 2013)

Eu: Como eram as clientes da loja? Bianca: Umhas malhas, sem alça ! Ái...que mulheres irritantes! Tinha algumas que eram muito queridas e muito educadas. Mas eu acho que a galera quando vai no shopping pensa que o pessoal que trabalha em loja é escória, ou alguém muito baixo, para ser pisado...Quando tu vai...as pessoas nunca imaginam que as pessoas que estão ali atendendo têm histórias e que suas histórias são dignas de serem contadas. Essa é a impressão que eu tenho. Lembro de uma mulher que morava fora, falando Inglês na loja, dizendo que morava na Inglaterra, blá – blá - blá, porque a vida lá e não sei o que...Ela realmente era rica, tinha a maior grana e quando comprava as coisas ficava convertendo para Euros. Daí eu falei alguma coisa como “com Euros realmente tu compras bem mais coisas aqui”. Daí ela olhou assim e falou: ”Tu achas que eu não sei disso”...tipo:”O que que você, na sua condição de vendedora, tem a acrescentar aos meus conhecimentos e na minha vida? Nada!” Tirei isso como se fosse algo geral, da loja. Tinha algumas muito legais, mas todas estavam ali para serem servidas, o que já é uma relação que a própria fase de você ser vendedora te coloca, bem assim. E como elas esperam estar sendo servidas, elas esperam que vão te dar uma ordem e que você vá cumpri-las. Não parece uma relação de troca. Parece tipo um favorecimento: Eu estou aqui, to comprando de ti, então cala a boca e faça o que eu mando. (Bianca, Palhoça, 2013)

Bianca, continuando sua descrição das clientes da loja, nos narra uma dessas situações de conflito.

[...]E daí eu estava subindo no estoque e ela falou assim:!”Tu podes ser mais rápida? Porque tu vai lá para cima e parece que tu não voltas nunca mais. Nisso fui tentar subir correndo as escadas e bati o pé...mesmo assim fiquei trabalhando como pé machucado, deus me livre, parecia que a mulher ia me comer viva. Teve uma outra cliente que eu fui atender e ela disse: ”Eu quero P”, mas eu falei: moça, não tem P nessa loja nem na outra e o P não iria servir em ti...tem que ser M...Ai tipo: meu deus

falar para uma mulher que ela não é P...(risos).Ela falou: “Como assim, não é P”? Tipo me chamando de abutre e me mandando sai da frente dela, que ela era P, sim. Ela ficou muito puta que eu falei aquilo, saiu da loja, foi até aquele poste que tinha lá, do lixo, voltou,. entrou de novo e nisso eu já estava mais para dentro da loja. Mas fui na direção nela para atender ela de novo. Daí ela apontou para mim, bem nojentinha, com a mão assim tipo você não. E falou: “Não tem ninguém aqui com mais ano de casa e mais competência para me atender”? tipo gritou assim na loja. As gurias estavam conversando dentro do provador e não escutaram, só a [Joana] estava ali. Ela chegou e perguntou cadê a gerente dessa loja. E a [Joana] e respondeu: Sou eu. Ela falou: Então tá bom, é você quem vai me atender”. A [Joana] falou pra ela a mesma coisa e ela ficou puta da cara. A [Joana] daí fingia que ia lá no estoque, para procurar –ela já sabia que eu já tinha ido lá procurar. Sei que no final a mulher levou o biquíni que eu sugeri, tamanho médio. Mas ela não queria provar. A [Joana] entregou para ela dizendo quer tinha achado, que era o tamanho P, e deu para ela provar. Daí provou e disse que ficou ótimo, o tamanho médio. Daí quando ela tava indo embora a [Joana] me mandou ir no provador, pegar o biquíni para empacotar. Quando eu peguei o biquíni, ela assim: ”Viu como tinha???”....Cara, eu não resisti: Peguei e disse: É M, minha senhora. Esse biquíni que a senhora vai comprar é M, minha senhora. É tamanho M, não é tamanho P. Falei bem sério. Ela ficou mais puta ainda e foi pagar o biquíni. A [Joana] falou na frente dela: “Ô [Bianca],.vou colocar a compra para ti, tá? Porque foi tu que atendeu e fez todo o procedimento”? A mulher falou “Não foi não”, mas a [Joana] insistiu: “Tive a impressão de que tu entrou, saiu e voltou, não foi isso?” Daí a mulher, toda sem jeito falou que” foi isso sim”. (Bianca, Palhoça, 2013)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho de conclusão de curso buscou, através de uma abordagem mais “etnográfica” de um grupo de trabalhadoras de uma loja de um shopping de Florianópolis, entender os sentidos de “ser uma das nossas”, bem como os projetos que elaboravam e trajetórias laborais que estas seguiam, indicando pistas do que é “ser vendedora”.

Sugeriu-se que o “ser vendedora” é perpassada por duas lógicas distintas, a do mercado (ganho econômico, competitividade) e da dádiva (sociabilidade), é saber interagir e “ler” a (o) cliente para oferecer o que lhe agradaria e concluir a venda, é calcular as possibilidades de ganho salarial e qual aspecto da sua atuação em vendas precisa melhorar. Percebeu-se que, neste grupo em específico de trabalhadoras, a sociabilidade, a lógica da dádiva, é enfatizada pelas trabalhadoras (incluindo a gerente) e consegue ser mobilizada enquanto tática (Certeau, 2008) para fazer o trabalho na loja mais aprazível e menos competitivo e extenuante, assim como para ser recontratada ou indicar outra trabalhadora “das nossas”. Ser uma vendedora “das nossas”, neste grupo, é participar desta rede de sociabilidade, amizade, é participar do “remanchar coletivo”, das renegociações das regras patronais, é também se divertir no trabalho. Não se desconsidera que existem algumas condições de possibilidade que contribuem para a existência deste grupo como era, sendo uma delas a identificação da gerente com o grupo de trabalhadoras e o caráter ser mais “familiar” da loja em questão.

A partir de suas narrativas percebemos que, na medida em que se caminha para uma trajetória de “profissionalização” na profissão, acendendo para lojas maiores, de grandes redes, o controle sobre as ações da vendedora também aumenta, sendo mais difícil mobilizar a lógica da dádiva enquanto tática (Certeau, 2008). Ocorre também uma sistematização de saberes vinculados a este aspecto “social” que sua profissão mobiliza, o que permite um maior “controle emocional” (com clientes, com colegas) além de promover uma mudança na forma que as trabalhadoras percebiam sua atuação profissional, dando mais destaque às suas ações para a conclusão da venda.

As narrativas também nos trouxeram seus projetos, os quais aparecem sendo renegociados através de suas trajetórias, diferenciando as trabalhadoras temporárias das “profissionais”. Enquanto que as trabalhadoras temporárias fazem do trabalho no shopping um meio de financiar outros projetos profissionais e/ou projetos que podem ser alcançados em período de tempo mais curto, as trabalhadoras que

apresentam uma trajetória de profissionalização apresentam, em algum momento, o trabalho como vendedora como sua profissão, financiando seu sonho casa própria, ascendendo à gerência. Foi também a partir da experiência de campo e das narrativas das trabalhadoras que tecemos algumas considerações sobre o trabalho dentro do shopping, sobre os critérios de contratação e seleção de vendedoras, sobre a experiência de trabalho e precarização.

Dentro das limitações deste trabalho e desta pesquisadora, tentou-se contribuir para o estudo sobre as trabalhadoras e trabalhadores do comércio, mais especificamente das lojas de shopping. Destaco que as considerações aqui apresentadas são mais apontamentos, este trabalho apresenta um caráter mais exploratório, indicando possibilidades interpretativas e questões a serem observadas do que propriamente respostas sobre o que é o trabalho em uma loja de shopping.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.
- CERTEAU, Michel de. Introdução Geral. In _____. **A Invenção do Cotidiano: 1. Artes de fazer**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2008.
- CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. In _____. **O Trabalho do Antropólogo**. São Paulo - Brasília: Unesp – Paralelo, 1998. (p.17-35)
- DURHAM, Eunice R. A pesquisa antropológica com populações urbanas. In _____. **A Dinâmica da Cultura: ensaios de antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.
- ECKERT, Cornélia. Questões em torno do uso de relatos e narrativas biográficas na experiência etnográfica. In **Humanas: Revista do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas**. Porto Alegre: IFCH, vol. 16, n.1, jan/jun 1993.
- FRÚGOLI JR, Heitor. **Sociabilidade Urbana**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- GEERTZ, Clifford. Do ponto de vista dos nativos: a natureza do entendimento antropológico. In _____. **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997, p.85 -107.
- GOLDMAN, Márcio. Antropologia contemporânea, sociedades complexas e outras questões. In _____. **Alguma Antropologia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.
- LEITE, Rogério Proença. “Contra-Usos e Espaço Público: Notas sobre a construção social dos lugares na Manguetown”. In **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, ANPOCS/Educs, vol. 17, nº 49, jul/2002, p. 115-134.
- LEITE LOPES, José Sérgio. **O Vapor do Diabo: o trabalho dos operários do açúcar**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.
- _____. “Notas sobre a Precarização do Trabalho no Brasil”. **Revista Estudos do Trabalho**. Ano V, n.8, 2011. Disponível em: <http://www.estudosdotrabalho.org/RevistaRET08.html>
- MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a Dádiva**. Lisboa: Edições 70, 2008.
- SARLO, Beatriz. **La Ciudad Vista**. Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2009. Cap 01.
- SENNETT, Richard. **A Corrosão do Caráter**. Rio de Janeiro: Editora Record, 1999.

SORJ, Bila. “Sociologia e Trabalho: mutações, encontros e desencontros.” In **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, ANPOCS/Educs, vol. 15, nº 43, jun/2000. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092000000200002.

TELLES, Vera da Silva. “Mutações do Trabalho e Experiência Urbana”. **Tempo Social**, Revista de Sociologia da USP, v. 18, n.1, p. 173-195, 2006. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/sociologia/temposocial/site/> Acesso em: 20 Dez. 2012.

OLIVEIRA, Francisco de. O ornitorrinco. In **Crítica da razão dualista**. O ornitorrinco. São Paulo: Boitempo, 2003.

VEDANA, Viviane. Fazer a Feira e Ser Feirante: A Construção Cotidiana do Trabalho em Mercados de Rua no Contexto Urbano. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano19, n.39, p.41-68, jan/jun 2013.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In _____. **Individualismo e Cultura: Notas para uma antropologia da sociedade contemporânea**. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1999, p.121 – 132.

_____. Trajetória Individual e Campo de Possibilidades. In _____. **Projeto e Metamorfose: Antropologia das Sociedades Complexas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.