

33º Encontro Nacional da Anpocs

GT 40 – Trabalho e sindicato na sociedade contemporânea

Identidade e reconhecimento em serviços subalternos

Jordão Horta Nunes

Caxambu, outubro de 2009

O foco desta análise incide sobre as relações sociais de serviço numa sociedade de consumidores (Cf. Bauman, 2008). O texto parte de uma breve reconstrução das análises sobre a emergência do trabalho em serviços a partir do fordismo, seguida da análise da construção da identidade e do *self* nos serviços em geral e especificamente em serviços de baixa qualificação ou subalternos. Elabora-se a seguir uma caracterização do trabalho em serviços pessoais e domésticos no Brasil, a partir de bases de dados. O referencial teórico e os resultados obtidos nas três primeiras partes são aplicados na análise empírica do trabalho em serviços *de fast food*, após a qual são expressas algumas considerações finais.

O consumismo, característica essencial da sociedade contemporânea, requer principalmente a produção em massa de bens mutáveis e descartáveis e o consumo das próprias relações sociais, muitas delas efetivadas ou tornadas possíveis por prestações de serviços. Nesta sociedade de consumidores os indivíduos não mais se posicionariam ou obteriam reconhecimento social pelo trabalho que desempenham, já que boa parte da produção das mercadorias tangíveis é realizada por artefatos mecatrônicos, mas pela capacidade de viabilizar situações de consumo distintivas de posição social e constitutivas de atributos identitários cultural ou socialmente valorizados. Correspondem a relações de crédito, serviços pessoais, aquisição ou locação de bens e sobretudo, aos serviços mais diversos (médico-odontológicos, de turismo, educacionais, desportivos, artísticos, sexuais etc.), desde que selecionados subjetivamente na prateleira de um mercado que se tornou virtualmente disponível no contexto da economia globalizada e dos serviços de informação e comunicação que lhe são indispensáveis.

A relevância econômica progressiva do chamado setor de serviços constitui um fenômeno que, embora tradicionalmente analisado na economia, tem interessado significativamente à sociologia do trabalho e da cultura. A consolidação de uma economia e uma sociedade de serviços requer como condição o aumento da produtividade global e uma correspondente elevação da renda. A procura por bens de consumo elementares e duráveis desloca-se para serviços sociais (saúde, educação, distributivos (transporte e pessoais (lazer, entretenimento, higiene e beleza e outros). Esses novos de tipos de “bens”¹, de natureza

¹A economia clássica distingue bens e serviços, em geral atribuindo o atributo de produtividade aos primeiros e de trabalho improdutivo aos segundos. Adam Smith, por exemplo, considerava produtivo o trabalho de

intangível e imaterial, não estariam sujeitos à mesma tendência de saturação de mercado que afetava os setores primário e secundário, além de se multiplicarem de forma heterogênea e diversificada, numa progressão sem limites. A produção científica procurou responder a essa diferenciação do mercado e do trabalho em serviços, gerando classificações mais precisas das atividades de serviços e suas relações com a produção e uma visão otimista em relação à nova sociedade, pós-industrial, que teria como suporte o trabalho em serviços.

Em uma análise clássica do crescimento das atividades terciárias ou de serviços, Daniel Bell define a nova sociedade pós-industrial “pela qualidade da existência avaliada de acordo com os serviços e com o conforto – saúde, educação, lazer e artes – agora considerados desejáveis e possíveis a todos (Bell, 1977, p. 148). O mercado de trabalho passa a demandar grande quantidade de informações e profissionais capacitados para produzi-las e manipulá-las, originando novas ocupações no perfil dos profissionais da classe dos *white collar*, agora voltados para serviços de apoio à produção. A nova sociedade requer também, de forma crescente serviços profissionais de caráter relacional, desempenhados por trabalhadores cuja especialização é socialmente certificada por diplomas ou atestados, como no caso de serviços médicos e educacionais. Por outro lado, a demanda de consumidores com maior poder aquisitivo ou empresas comerciais passa a ser orientada por saberes especializados que geram informações mais precisas e por agentes intermediários que exercem funções de representação e aconselhamento, tornando anacrônicas as formas de solidariedade familiar ou vicinal que caracterizavam a organização, o fornecimento e a difusão de serviços no comércio. No entanto, a emergência da telemática e de novas tecnologias não refreou a demanda por serviços de baixa qualificação, que requerem ou não interação direta com os clientes (e.g. manutenção, higiene e conservação,

mineradores, manufatureiros, agricultores, pois geram produtos que satisfazem necessidades básicas ou que são duráveis e permanecem no mundo, constituindo a riqueza. Já o trabalho de músicos, médicos, advogados, apesar de úteis e respeitáveis, não contribuem, *stricto sensu*, para a produção de mercadorias (Cf. Vargo, Morgan, 2005). Apesar de que essa classificação ainda seja aceita em algum grau nas análises contemporâneas do setor terciário, adota-se aqui a posição de autores como Daniel Bell (1977) e Browning & Singelmann (de 1978) que, já no contexto da preponderância das atividades de serviços na economia, reconheciam a existência de “serviços produtivos”, de apoio à produção das empresas (serviços financeiros, jurídicos, contábeis, de consultoria, comunicação, etc.), diluindo, portanto, a classificação tradicional que atribui o caráter produtivo apenas à condição de bens materiais.

serviços pessoais), até criando novas categorias ocupacionais como teleoperadores que, paradoxalmente, tornam-se mais suscetíveis de padronização e mecanização de tarefas, nos moldes outrora requeridos no setor industrial.

A análise sociológica do trabalho em serviços tem ocorrido, recentemente, sob enfoques contrastantes. Visto como a contraface do consumismo, os serviços disputam hoje o posto que ocuparam os bens duráveis como distintivos de status e posição social. A volatilidade do consumo no mundo contemporâneo alia-se à invisibilidade e intangibilidade do trabalho em serviços. Assim, a precariedade dos vínculos empregatícios, a flexibilização das relações contratuais e a condição de “trabalhador por conta própria”, condições objetivas que caracterizam o setor, recebem o reforço negativo da construção de um *self* ou identidade laboral desvalorizada, com baixo reconhecimento social. Nessa ótica, os serviços tendem à servidão. Por outro lado, as abordagens virtuosísticas (Cf. Gadrey, Zariffian, 2002; Zariffian, 2003) enfatizam o extraordinário crescimento da “economia de serviços” e acentuam a transversalidade entre produção e serviços, o que implicaria até uma nova ontologia do trabalho: trabalhar agora é criar serviços de algum tipo a destinatários. A realização dos indivíduos, no contexto da nova sociedade de serviços, passa a não depender prioritariamente da relação com o trabalho. A flexibilização da jornada e dos contratos em vínculos formais e a condição de autônomo em boa parte das ocupações em serviços tornam mais plausível a realização pessoal em outras configurações identitárias, além da profissional ou ocupacional.²

2 Claude Dubar (2006) desenvolveu um quadro conceitual para interpretar a transformação das identidades em três campos da vida social: família e gênero (identidades sexuadas), trabalho (identidades profissionais) e político-religioso (identidades simbólicas). Todas as formas identitárias constituem arranjos específicos da relação Nós-Eu, ou da relação entre identidade coletiva e identidade pessoal. Num primeiro par de eixos, a identidade pode ser para outrem ou para si; em outro eixo a identidade tem a ver com as relações sociais ou com a trajetória de vida. Constituem-se, portanto, quatro formas identitárias, como tipos ideais: biográfica para outrem (cultural), relacional para outrem (estatutária), relacional para si (Si próprio reflexivo) e biográfica para si (Si narrativo). O esquema é empregado para desenvolver uma dinâmica histórica, traduzida num tipo de fenomenologia das crises de identidades sexuadas, profissionais, e simbólicas. A teoria das identidades de Dubar, iniciada em *A socialização* (2005) e aprimorada em *A crise das identidades* (2006) teve grande importância teórico-metodológica nesta comunicação, ainda que considerada de forma mais livre, como um esquema orientador em meio a outras influências. Contudo, é necessário sublinhar que o qualificativo “profissional” não remete ao conceito de “profissão” na sociologia das profissões e ocupações, mas às formas identitárias construídas no contexto da vida social no mundo do trabalho ou em situações de trabalho; para evitar identificações com “profissão” em sentido mais restrito, alternamos “identidade profissional” e “identidade laboral”, ao longo do texto.

O crescimento das atividades terciárias, de forma multifacetada e heterogênea, parecendo diluir as distinções clássicas entre oferta e demanda, produção e serviços, não correspondeu, no entanto, às esperanças depositadas na nova sociedade de serviços, no que se refere a formas de contratação e regulamentação de trabalho e emprego. Os vínculos emergentes no terciário altamente qualificado experimentam novas práticas de gestão: contratos por tempo parcial, individualização dos salários por comissões, taxas de produtividade etc.. A flexibilização da gestão do trabalho acarreta a desinstitucionalização das relações salariais, o enfraquecimento dos laços associativos nas categorias ocupacionais, além de se traduzir, no limite, como precarização e subcontratação nas ocupações que de baixa qualificação que não fazem parte da “ponta virtuosa” da cadeia produtiva.

A abordagem sociológica dos serviços ganha destaque com a contribuição de Philippe Zarifian que, diante das dificuldades dos modelos dualistas para explicar as transformações do mundo do trabalho, considera que a noção de serviço corresponde ao próprio trabalho moderno, independentemente do setor: trabalhar é “criar um serviço” a determinado cliente ou empresa; o “produto” do trabalho é um serviço prestado a um destinatário. Os serviços compreendem uma lógica transversal entre o domínio da produção, cujas atividades são crescentemente transferidas à automatização informatizada, e a esfera da circulação e da distribuição física, intermediada pela informação selecionada e veiculada (Cf. Almeida, 2004). No que se refere ao perfil do trabalhador exigido em serviços, a nova lógica que exige a articulação entre secundário e terciário requer, na abordagem de Gadrey e Zarifian, um planejamento das competências, em que se deve reconstruir as etapas do trabalho em função das necessidades do cliente, orientando a produção efetiva de um serviço.

Do ponto de vista analítico, as abordagens virtuosísticas do trabalho e da sociedade em serviços enfatizaram a necessidade de analisar a tríade empregador-empregado-consumidor, valorizando a dimensão discursiva ou simbólica que estrutura as relações sociais de serviço e ênfase em atributos como iniciativa, conhecimento prático, capacidade comunicativa na relação intersubjetiva entre colegas, mas também no diálogo com os

clientes. Sob o ponto de vista das ocupações de baixa qualificação no setor de serviços há, no entanto, limitações no modelo. Não parece razoável considerar que, na posição de ocupação “autônomo” ou “por conta própria” que prevalece em muitos nichos do setor de serviços e também nos vínculos em que vigora a precarização, estejam “também em vias de modernização”, a menos que a consideremos apenas sob o ponto de vista da técnica, o que implicaria contrariar os pressupostos do próprio modelo que valoriza “as relações sociais” (*rapports sociaux*). Além disso, é difícil considerar que os indivíduos, mesmo que se tenham realizado no âmbito do trabalho mediante o desenvolvimento adequado de suas competências, desenvolvam, também por essa razão, auto-estima e reconhecimento nas esfera social, cultural, política e moral. Afinal, a flexibilização da jornada e dos contratos em vínculos formais e a condição de autônomo em boa parte das ocupações em serviços tornam mais plausível a realização pessoal em outras configurações identitárias além da profissional ou ocupacional.

As posições críticas perante o trabalho em serviços e de uma sociedade de serviços “virtuosa” principiam na constatação da dificuldade ou até a impossibilidade de se mensurar a produtividade em termos da qualidade dos serviços prestados, inclusive porque há diferenças culturais em sua recepção que dificultam comparações (Almeida e Silva, 1973). Contudo, as principais divergências encontram-se no plano teórico de uma ontologia do trabalho e da identidade laboral em trabalhadores em serviços. André Gorz, por exemplo, não vê o crescimento do trabalho em serviços com bons olhos, e sua justificativa para tal descrédito tem raízes na crítica à ideia de que o trabalho é um atividade essencialmente econômica, um tipo de troca mercantil para “ganhar a vida”. É necessário distinguir o trabalho com finalidade econômica, racional, realizada na esfera pública, objeto de cálculo contábil, do “trabalho para si”, desempenhado em âmbito privado, como o conjunto de atividades domésticas, dirigido à autoconservação: cozinhar, cuidar da higiene corporal, cuidar dos filhos etc. Estas são atividades realizadas em espírito de comunhão e não sobre bases mercantis. Por fim, há atividades autônomas, livres do ônus da necessidade, estas verdadeiramente capazes de aperfeiçoar o gênero humano: artísticas, educacionais, filosóficas, caritativas etc. O problema das sociedades contemporâneas é a valorização

extremada da racionalidade econômica do trabalho, que nos impele a trabalhar cada vez, em detrimento do trabalho para si e das atividades autônomas.

O desenvolvimento tecnológico há muito reduziu a necessidade de jornadas extensas de trabalho para obter uma produtividade que garantisse, no mínimo, a reprodução das necessidades básicas, das condições de vida e de trabalho e de padrões societários culturalmente aceitáveis. Contudo, ainda se trabalha muito, embora não diretamente para produzir riqueza ou bens materiais de usufruto individual ou coletivo, mas para substituir o trabalho para si. As atividades domésticas e mesmo algumas atividades autônomas são delegadas a instituições ou profissionais especializados. Pagamos a outras pessoas para realizarem as atividades que outrora realizávamos para nossa reprodução. O tempo de trabalho que “economizamos” não é empregado, no entanto, na produção industrial, como nos primórdios do capitalismo, pois a produção automatizada substitui as atividades simples, mecânicas e repetitivas que eram distribuídas racionalmente numa linha de produção. Empregamos o tempo que aplicávamos em atividades domésticas, comunitárias ou autônomas para desfrutar segmentos de experiências muitas vezes recriadas ou construídas por meio do pagamento de serviços: turismo programado, eventos culturais, relacionamentos fortuitos e descartáveis, serviços pessoais diversos (acompanhantes, *personal trainers*, instrutores, terapeutas etc.). Por outro lado delegamos a educação dos filhos, o cuidado com doentes e idosos e outras atividades da rede familiar a trabalhadores de serviços em instituições especializadas ou a autônomos.

Gorz não descarta a capacidade que o setor de serviços tem apresentado no aspecto de oportunidades de trabalho, ainda que com baixos vencimentos e muitas vezes de forma precária ou sem direitos ou garantias. Contudo, a maioria dos postos do setor acessíveis a trabalhadores com baixa qualificação compreende ocupações “serviçais”, que substituem o trabalho para si (empregados domésticos, engraxates, trabalhadores de limpeza e conservação, motoristas particulares etc.), mas não geram riqueza, apesar de apresentarem uma racionalidade econômica indireta. Tais serviços subalternos nunca são exercidos completamente na esfera pública, sempre há um elemento de pessoalidade e sujeição. O trabalhador em serviços de alimentação recrutados e desempenhados na esfera pública, como

por exemplo uma mulher que consegue um contrato de trabalho numa fábrica de doces, pode encarar sua atividade como uma emancipação do trabalho a que era culturalmente destinada, como mulher casada dependente do marido. O mesmo não ocorreria se obtivesse emprego como cozinheira “para fora”, em outras casas de família, ou seja, na esfera privada.

Pode-se considerar a crítica de Gorz é até injusta no que se refere à desqualificação das ocupações subalternas, mas é plausível concordar em muitos aspectos quando nos alerta para a reprodução de relações de dominação que impera, ainda que acobertada por estratégias e motivos, por vezes já culturalmente fixados, na moderna sociedade de serviços. A maior parte da população está prestando esses serviços subalternos, pessoais, muitos dos quais poderiam ser desempenhados pelos próprios clientes que os solicitam. Enquanto esses consumidores o fazem por uma opção, os trabalhadores serviços deixam, por necessidade, de realizar as atividades autônomas que os enriqueceriam pessoal e moralmente, ou de trabalhar em atividades menos penosas e mais gratificantes na esfera pública, pois são “filtrados” pela rede de informações que controla a oferta de postos de trabalho e privilegia certos perfis de qualificação.

A análise de Goffman sobre as relações de serviço permite compreender, sob outra perspectiva, as dificuldades, tanto de um reconhecimento do *self* na área de serviços subalternos, como da própria análise científica do setor de serviços com base num modelo único. O sociólogo canadense produziu, em capítulo do livro *Asylums* (1961, p. 321-386)³, uma análise do trabalho de médicos e enfermeiros em instituições psiquiátricas que pode ser considerada precursora, na sociologia do trabalho, da pesquisa das relações de serviço. O trabalho no setor de manutenção e reparação (como na ocupação de mecânicos de automóveis, por exemplo) é empregado, por analogia, para analisar as atividades profissionais de médicos em instituições psiquiátricas. Sua percepção da necessidade de levar em conta a relação entre empregados, empregadores e clientes na análise das relações de serviço antecipa o que se tornou comum na literatura sobre o tema, décadas depois, bem como a ênfase numa sociedade de consumidores. Partindo do modelo ideal de uma pessoa (cliente) que entrega seu carro a um mecânico (servidor), dando-lhe total confiança para que

3 Há uma tradução brasileira: *Manicômios, prisões e conventos*. 3ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.

o desmonte e conserte, com base em sua expertise técnica reconhecida socialmente, Goffman considera que

toda sociedade tem servidores qualificados, mas nenhuma sociedade conferiu mais importância a esses serviços do que a nossa. É uma sociedade de serviços, de forma que até instituições como as lojas vêm a seguir essa orientação, pelo menos em palavras, se não de fato. Atendem à necessidade, tanto dos lojistas como dos clientes, de sentir que um serviço pessoal especializado está sendo providenciado, mesmo quando perdem a esperança de realizá-lo. (1961, p. 326)

No entanto, a despeito de sua importância no estudo das relações de serviço, a análise de Goffman não leva em conta um fator de considerável importância para o caso de serviços de baixa qualificação, principalmente em países de herança colonial ou escravista: a permanência de relações pessoais e afetivas, bem como de laços de dependência pessoal em relações de trabalho, na contramão da impessoalidade que se espera de serviços administrativos ou profissionais. Assim, as empregadas domésticas não seriam consideradas trabalhadores de serviços, pois elas estão subordinadas a patroas (*mistresses*) e não a clientes em geral; em outras palavras, atendem à esfera das relações privadas. Também o trabalho de funcionárias de limpeza, como faxineiras em estabelecimentos públicos, não compreenderia relações de serviço, pois não há contato entre usuários e prestadoras desses serviços. Assim, o modelo goffmaniano parece mais adequado ao estudo de profissões socialmente valorizadas ou de ocupações de serviço tipicamente interativas, como no setor de alojamento e alimentação ou de comércio varejista, pois não atende a uma característica que, para vários autores, pode ser considerada como distintiva do trabalho em serviços de baixa qualificação (Daniels, 1987): a invisibilidade de seus agentes.

A desconfiança em relação às virtudes do terciário não é recente. No Brasil, Francisco de Oliveira (1979) rememorava as raízes escravistas da economia nacional, com reflexos até hoje e negava o caráter inovador ou emancipatório ao “séquito de serviços” com função e importância econômica indefinidas. Gorz acrescenta, referindo-se a um contexto mais recente, que a situação de dominação é mantida não somente por uma ideologia do trabalho com racionalidade econômica como atividade dignificante e emancipadora, mas por estratégias simbólicas de criação de necessidades no espírito das pessoas para o consumo de produtos “novos”, utensílios e aparatos eletrônicos da moda (Gorz, 2007, p. 121). O

consumismo no contexto da sociedade em rede cria condições para que o próprio indivíduo se coloque como objeto no mercado de consumo, divulgando ou tornando disponíveis, por vezes de forma inconsciente e não intencional, informações sobre vida, seus desejos, seus principais objetos de consumo e necessidades, no simples ato de preencher formulários em cadastros de lojas *online*, ou procurar estabelecer relações em sites de relacionamento. Pode também investir reflexivamente em formas de construção e apresentação do *self*, construindo e participando, passiva ou ativamente, de *blogs* ou *podcasts*. Essas formas de auto oferta material e simbólica do *self*, em que o indivíduo se oferta como mercadoria no mercado de trabalho e de consumo constituem, segundo Bauman, as próprias formas de efetivação da sociedade de consumidores no mundo contemporâneo.

Embora haja esse substrato comum entre trabalhadores e consumidores-clientes, variam muito as configurações identitárias que os prestadores de serviço vivenciam, em ambientes e contextos sociais diferentes. A constituição de uma identidade laboral e sua relação com outras formas identitárias (sexual, simbólico-religiosa, econômica etc.) torna-se mais difícil no setor de serviços, principalmente em razão de características como intersubjetividade, interatividade e comunicação discursiva que lhe são constitutivas, além uma concepção negativa das interações em serviços, associadas a relações servis ou subalternas.

A identidade no trabalho em serviços

O trabalho em serviços de baixa qualificação, principalmente em serviços pessoais com interação direta e presencial entre cliente e servidor, conserva, sob complexas formas simbólicas, o estigma da servidão. Diversas análises sublinham a relação entre serviços e servidão, desde sua evidência indiscutível no trabalho doméstico (e.g. Glenn, 1992; Rollins, 1996; Bernardino-Costa, 2007, Vidal, 2007) até as formas mais sutis e camufladas em que se manifestam em outras atividades, como vendedores, garçons e garçonetes, secretárias e trabalhadores em serviços administrativos (*white-collar workers*). Goffman, por exemplo, chega a designar o trabalhador doméstico como “tipo clássico de não-pessoa em nossa sociedade”. Em geral, só se dirige a eles(as) na ocasião de pedidos ou ordens a serem

executadas. Além disso, sua presença nas regiões de “frente” e não nos “bastidores” onde se espera que estejam, traz incômodo àqueles que estão “totalmente” presentes. Em outras ocupações de serviços em que permanece um “papel servil”, como ascensoristas, motoristas de táxi etc., vigora uma incerteza, de ambos os lados, de como se dirigir ao outro ou do grau de intimidade na conversação, quando ocorre (Goffman, 1959, p. 151-2). Aos atributos de invisibilidade (Cf. Daniels, 1987) e intangibilidade (Cf. Gorz, 2007), que hoje praticamente definem o trabalho em serviços, junta-se a análise da exploração do trabalho emocional (Hoschschild, 1983), consolidando não apenas uma interpretação ligada à percepção popular ou a representações sociais sobre a subalternidade do trabalho em serviços, mas a configuração do *self* sem reconhecimento social ou auto-estima, ou uma identidade negativa do trabalhador ocupado nessa área.

A carga simbólica de subalternidade, dependência e falta de auto-estima atrelada ao trabalho em serviços tem raízes antigas, como ilustra o provérbio latino *In servitute dolor, in libertate labor* (Na servidão existe a dor, na liberdade o trabalho). O tema da dialética entre dominação e servidão e entre a consciência certa de si, independente, autônoma, do senhor, e a consciência para um outro, dependente, a do escravo, numa famosa passagem da *Fenomenologia do Espírito* (Hegel, 1977, p. 155-166), atualizam a visão crítica do trabalho servil. Porém, Hegel e autores que reconstruíram criticamente seu pensamento, como Fanon (1967) e Honneth (2003), enfatizam o papel ativo do trabalho na constituição da consciência dos subordinados. As experiências de desrespeito típicas de situações servis tornam-se, desde que intersubjetivamente reconhecidas e simbolicamente reconstruídas na constituição de vocabulários de motivos que orientam ações, condições da possibilidade de constituição de novas identidades e de organização de movimentos sociais, configurando uma “exigência coletiva por relações ampliadas de reconhecimento” (Honneth, 2003, p. 257). No entanto, no caso específico do trabalho em serviços subalternos, a efetivação de uma consciência para si “emancipadora” por parte dos subordinados encontra obstáculos culturais, como em sociedades herdeiras de uma dominação colonial ou neocolonial, mas também na afirmação de uma ética administrativa e organizacional em vários ramos do setor de serviços que valoriza a soberania do cliente. É difícil contestar o peso simbólico e normativo da

orientação que vigora no comércio, ou em serviços caracterizados pela interação direta entre o servidor e o cliente, expressa em máximas do tipo “O cliente tem sempre razão”. Suas consequências na organização do trabalho e na constituição das identidades laborais foram analisadas por alguns autores (e.g. Korczynski, Ott, 2004).

As relações com os clientes passaram a constituir um modelo na organização contemporânea do trabalho, outrora pautada na produção. Tornaram-se mais personalizadas e flexíveis, buscando atender aos anseios dos clientes. Os reflexos do novo modelo logo se tornaram visíveis nos ambientes de trabalho, onde as relações de confiança e as interações em espaços locais passaram a ser importantes e substituir o modelo clássico que valorizava a impessoalidade e o centralismo típicos de organizações burocráticas. A lógica da “soberania do cliente” torna-se modelar, inclusive no serviço público, onde os funcionários passam a ser considerados “profissionais”, não no sentido da expertise no ramo de atividade, mas no de estabelecer uma relação de confiança com a clientela. Claude Dubar reconheceu nessa transformação um dos elementos de uma crise das “identidades de ofícios”, desenvolvidas por trabalhadores em mercados relativamente fechados de trabalho, desempenhando profissões ou ocupações reconhecidas, valorizadas por políticas públicas e integradas por sindicatos, o que as protegia dos efeitos de uma concorrência mais direta (2006, p. 102-3).

As últimas considerações sobre a crise identitária de trabalhadores no contexto de uma organização de um modo de regulação pós-fordista e da acumulação flexível podem parecer irrelevantes no caso de serviços subalternos, em que prevalece, na maioria dos casos, senão uma falta de auto-estima por parte dos trabalhadores alinhada à ausência de reconhecimento social, no mínimo uma percepção ou representação social negativa a respeito de suas identidades no trabalho. Contudo, em muitos nichos do setor de serviços pessoais e domésticos existe aspiração pela construção de empreendimentos próprios, como nos ramos de limpeza e higiene, manutenção e reparação, alojamento e alimentação, além de ramos mais qualificados e melhor remunerados, a exemplo das atividades culturais e desportivas. O espírito de livre iniciativa do empreendedorismo, enaltecido pelo Sistema S e o modelo cultural-organizacional das “pequenas empresas – grandes negócios”, valorizado tanto na área de serviços, em micro-empresas de base familiar, como no processo mais

amplo de descentralização das grandes empresas produtivas em redes que interligam unidades menores com maior grau de autonomia, passam a orientar as aspirações sociais e preencher o horizonte dos ocupados em serviços subalternos. A dimensão interativa e presencial que caracteriza várias de suas modalidades favorece a incorporação das experiências dos trabalhadores nas trajetórias laborais como um estoque de conhecimento não somente cognitivo, mas afetivo e social, que os qualifica para a administração de empreendimentos próprios, por vezes transferindo para seus empregados ou subordinados a configuração precária que vivenciaram como autônomos ou na pura informalidade.

O trabalho em serviços subalternos no Brasil

Empregamos algumas análises do setor de serviços no Brasil (Carvalho, 2004) e especificamente do subsetor de serviços pessoais (Morais, 2006; Melo et al, 1998) para construir um grupamento de códigos de atividade e tabular o espectro que concerne aos serviços subalternos. Respeitou-se, de modo geral, a aceção de Browning e Singelmann (1978), o que acarretou rever a codificação mais restrita de “serviços pessoais” utilizada na PNAD e incorporar outras atividades:

- serviços domésticos (babá, camareira, empregada doméstica, faxineira doméstica, motorista doméstico etc.);
- atividades recreativas, culturais e desportivas (produção de filmes, atividades de rádio e TV, atividades artísticas, promoção e organização de eventos artísticos, culturais e de entretenimento, arquivo e conservação, desempenho, instrução e organização de atividades esportivas etc.);
- serviços pessoais (serviços de higiene e limpeza, atividades funerárias, prostituição, agências de relacionamentos, serviços por telefone, engraxate, limpeza e conservação; vigilância, investigação e segurança);
- alojamento e alimentação (serviços em hotéis, pousadas, restaurantes, *fast food* etc.);
- manutenção e reparação (manutenção e reparação de veículos automotores e utensílios correlatos).⁴

⁴Empregou-se, para a construção do grupamento de serviços pessoais e domésticos, os seguintes códigos de atividades econômicas, utilizadas nas PNADs de 2003 a 2008 e correspondentes a serviços: domésticos: 95000;

Tabela 1 – Distribuição dos Ocupados em Serviços Pessoais e Domésticos segundo Ramos de Atividades – Brasil, 2003 a 2008

	2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviços domésticos	6.075.591	44,3	6.393.383	44,3	6.559.840	43,9	6.673.061	42,8	6.632.095	41,8	6.507.647	40,5
Serv. cult. desp. e rec.	1.045.947	7,6	1.077.647	7,5	1.124.825	7,5	1.210.337	7,8	1.188.624	7,5	1.228.102	7,6
Serviços pessoais	1.335.540	9,7	1.458.541	10,1	1.484.134	9,9	1.674.157	10,7	1.784.289	11,3	1.875.570	11,7
Serviços de aloj. e alim.	2.861.061	20,9	2.973.860	20,6	3.122.162	20,9	3.333.687	21,4	3.293.373	20,8	3.530.372	22,0
Serviços de manut. e rep.	1.447.747	10,6	1.533.676	10,6	1.592.090	10,6	1.595.173	10,2	1.746.711	11,0	1.721.577	10,7
Serviços de vigil. e seg.	599.480	4,4	649.944	4,5	728.308	4,9	697.250	4,5	793.817	5,0	761.348	4,7
Serviços de limp. e cons.	356.056	2,6	353.654	2,4	346.999	2,3	393.471	2,5	408.746	2,6	458.492	2,9
Total	13.721.422	100	14.440.705	100	14.958.358	100	15.577.136	100	15.847.655	100	16.083.108	100

Fonte: PNADs 2003 a 2008 – Pessoas – Construção do autor

culturais, desportivos e recreativos: 92011, 92012, 92013, 92014, 92015, 92020, 92030, 92040; pessoais: 93010, 93020, 93030, 93091, 93092; de alojamento e alimentação: 55010, 55020, 55030; de manutenção e reparação: 50020, 50040; de vigilância e segurança: 74050; de limpeza e conservação: 74060.

Leandro P. Morais, que analisou os serviços pessoais e domésticos com base num grupamento de atividades próximo ao que se desenvolveu aqui, constatou, comparando resultados em 1992 e 2001, que o ramo ostenta os menores níveis de remuneração, quando consideramos as mesmas faixas de escolaridade relativas a outros grupamentos de atividades não-agrícolas (secundário, serviços sociais, serviços produtivos e serviços distributivos). Outro aspecto relevante é o baixo índice de trabalho formal no ramo de atividades (empregados sem carteira assinada) e a grande presença do trabalho doméstico, compondo quase metade dos vínculos no ramo. Além disso, o grupamento caracteriza-se por uma prevalência relativamente alta de ocupados na condição de trabalho por “conta própria”, ainda que tenha havido, no período considerado, “uma queda relativa do conta-própria [32,5% em 1992 para 28,2% em 2001] e um aumento do peso do mercado de trabalho assalariado [aumento de 4,6% ano no número de empregados com carteira assinada], inclusive, levando em conta não só os empregados em estabelecimentos, mas também os empregados domésticos” (Morais, 2006, p. 80). Embora o grupamento com que trabalhamos não seja idêntico ao empregado por Morais e as alterações na codificação de atividades da PNAD a partir de 2003 dificultar comparações mais precisas entre as duas décadas, demonstra-se, na Tabela 1, a manutenção das características atrás identificadas, bem como da relativa “estruturação” do setor:

Constata-se um crescimento anual do setor de até 5% no período considerado, o que evidencia uma taxa de crescimento ocupacional maior que no período examinado por Morais, onde a taxa de crescimento média anual foi de 3% (Cf. Morais, 2006, p. 95). Verifica-se também que não há alteração significativa na contribuição relativa de cada ramo de atividade na distribuição dos ocupados no setor de serviços pessoais e domésticos, considerada no período de 2003 a 2008. Os serviços domésticos compõem quase a metade dos ocupados, seguido pelos ramos de alojamento e alimentação, serviços pessoais e serviços de manutenção e reparação. Em relação aos ramos de atividades considerados, houve maior crescimento anual nos serviços pessoais (até 13%) e serviços de investigação, vigilância e segurança (até 14%).

As Tabelas 2 e 3 revelam outras características do setor. Os serviços domésticos compõem o contingente de trabalhadores menos escolarizado e com menor rendimento:

até um salário mínimo para a maioria (69,3%). Os trabalhadores em serviços culturais e recreativos apresentam os maiores rendimentos (11,3% com rendimento per capita acima de 5 salários mínimos); contudo, correspondem a apenas 7,4% do grupamento de trabalhadores em serviços subalternos. Além disso, ostentam o nível de escolaridade mais elevado: 17,9% possuem acima de 15 anos de estudo, o que corresponde pelo menos a nível superior incompleto. Os trabalhadores de serviços de segurança apresentam tipicamente escolaridade preponderantemente de nível médio; contudo, o rendimento mensal não ultrapassa dois salários mínimos. Já os serviços pessoais, grupamento mais heterogêneo que contempla atividades subalternas mas também de nível técnico, ostenta o terceiro lugar no grupamento de serviços com que operamos. No entanto, a faixa de rendimentos mais frequente não passa de dois salários mínimos (78,4%). Finalmente, os ramos de serviços de manutenção e reparação, alojamento e alimentação, limpeza e conservação mantêm a dualidade que caracteriza o setor de serviços pessoais e domésticos como locus de serviços subalternos: baixa escolaridade, o que geralmente implica baixa qualificação e baixos rendimentos advindos do trabalho.

A feminização constitui uma forte característica do setor de serviços pessoais e domésticos: 64,4% dos postos de trabalho são ocupados por mulheres e 35,6% por homens em 2008, é o que nos informa a PNAD. No mesmo ano a pesquisa registrou 58,4% de homens ocupados e 41,6% de mulheres no mercado de trabalho brasileiro. A feminização é muito expressiva no serviço doméstico (93,6%) e nos serviços pessoais (81,6%); entretanto, a distribuição se inverte no caso do trabalho em manutenção e reparação (94,2% de homens) e segurança (93,2% de homens). A outra face da feminização aparece no ramo de serviços culturais, desportivos e recreativos, por sinal o que ostenta rendimentos e escolaridade relativamente mais elevados: aqui é preponderância é de homens: 62,1%. Os setores de alojamento/alimentação e limpeza/conservação estão praticamente equilibrados, ainda que com pequena vantagem feminina: 53,1% e 56,2%, respectivamente.

Tabela 2 – Faixas de rendimentos em 2008 por grupamentos de atividades de serviços subalternos – Brasil, 2008

		Faixa de rendimentos agregada					Total	
		Até 1 salário mínimo	Mais de 1 até 2 sal. mínimos	Mais de 3 até 4 sal. mínimos	Mais de 4 até 5 sal. mínimos	Mais de 5 salários mínimos		
Agrupamento de atividades de serviços subalternos	domésticos	Frequencia	4264162	1571173	233723	62983	21899	6153940
		% em relação à linha	69,3%	25,5%	3,8%	1,0%	,4%	100,0%
		% do Total	27,8%	10,3%	1,5%	,4%	,1%	40,2%
	culturais, esportivos e recreativos	Frequencia	385260	315376	168126	140720	128816	1138298
		% em relação à linha	33,8%	27,7%	14,8%	12,4%	11,3%	100,0%
		% do Total	2,5%	2,1%	1,1%	,9%	,8%	7,4%
	personais	Frequencia	830460	575742	212542	129172	43929	1791845
		% em relação à linha	46,3%	32,1%	11,9%	7,2%	2,5%	100,0%
		% do Total	5,4%	3,8%	1,4%	,8%	,3%	11,7%
	alojamento e alimentação	Frequencia	1707942	1073639	316514	178448	105688	3382231
		% em relação à linha	50,5%	31,7%	9,4%	5,3%	3,1%	100,0%
		% do Total	11,2%	7,0%	2,1%	1,2%	,7%	22,1%
	manutenção e reparação	Frequencia	839939	555097	157631	73958	38120	1664745
		% em relação à linha	50,5%	33,3%	9,5%	4,4%	2,3%	100,0%
	% do Total	5,5%	3,6%	1,0%	,5%	,2%	10,9%	
vigilância e segurança	Frequencia	336820	290136	76845	27647	9312	740760	
	% em relação à linha	45,5%	39,2%	10,4%	3,7%	1,3%	100,0%	
	% do Total	2,2%	1,9%	,5%	,2%	,1%	4,8%	
limpeza e conservação	Frequencia	252768	147122	26571	11981	4438	442880	
	% em relação à linha	57,1%	33,2%	6,0%	2,7%	1,0%	100,0%	
	% do Total	1,7%	1,0%	,2%	,1%	,0%	2,9%	
Total	Frequencia	8617351	4528285	1191952	624909	352202	15314699	
	% em relação à linha	56,3%	29,6%	7,8%	4,1%	2,3%	100,0%	
	% do Total	56,3%	29,6%	7,8%	4,1%	2,3%	100,0%	

Fonte: PNAD 2008 – Pessoas – construção do autor

Alguns aspectos peculiares do trabalho de serviços não decorrem de características técnicas ou funcionais das ocupações, ou de atributos de seus ocupantes, como gênero ou qualificação, mas da organização do trabalho, forma de contratação e posição na ocupação. No trabalho doméstico, por exemplo, apenas 26,5% dos(as) ocupados(as) tinha carteira assinada em 2008, ainda que este resultado confirme, em relação aos anos anteriores, um crescimento paulatino da formalização. Os trabalhadores em limpeza e conservação desfrutam de um índice maior de formalização (78,4% com carteira assinada), o que é significativo, pois 9,3% trabalham por conta própria e 1,1% já se tornaram empregadores ou contratadores, como proprietários de micro ou pequenas empresas prestadoras de serviços nesse ramo de atividades. Os serviços de segurança apresentam grau de formalização um pouco superior (82,4%), com fração menor de

ocupados autônomos (4,3%) e o mesmo índice que os trabalhadores de limpeza e conservação, em 2008, de ocupados que se tornaram empresários (1,1%).

Tabela 3
Grupamentos de atividades por grupos de anos de estudo - Brasil, 2008

			Grupos de anos de estudo, 5 anos ou mais					Total	
			Sem instrução e menos de 1 ano	1 a 3 anos	4 a 7 anos	8 a 10 anos	11 a 14 anos		15 anos ou mais
Agrupamento de atividades de serviços subalternos	domésticos	Frequencia	646715	897572	2530119	1425007	941055	44056	6484524
		% em rel. à linha	10,0%	13,8%	39,0%	22,0%	14,5%	,7%	100,0%
		% do Total	4,0%	5,6%	15,8%	8,9%	5,9%	,3%	40,4%
	culturais, esportivos e recreativos	Frequencia	28106	35267	166619	232416	546324	219370	1228102
		% em rel. à linha	2,3%	2,9%	13,6%	18,9%	44,5%	17,9%	100,0%
		% do Total	,2%	,2%	1,0%	1,4%	3,4%	1,4%	7,7%
	pessoais	Frequencia	79977	106109	436349	498592	706570	42477	1870074
		% em rel. à linha	4,3%	5,7%	23,3%	26,7%	37,8%	2,3%	100,0%
		% do Total	,5%	,7%	2,7%	3,1%	4,4%	,3%	11,7%
	alojamento e alimentação	Frequencia	214093	274906	943807	933094	1048564	110193	3524657
		% em rel. à linha	6,1%	7,8%	26,8%	26,5%	29,7%	3,1%	100,0%
		% do Total	1,3%	1,7%	5,9%	5,8%	6,5%	,7%	22,0%
	manutenção e reparação	Frequencia	70489	134035	573667	454474	453832	28565	1715062
		% em rel. à linha	4,1%	7,8%	33,4%	26,5%	26,5%	1,7%	100,0%
		% do Total	,4%	,8%	3,6%	2,8%	2,8%	,2%	10,7%
vigilância e segurança	Frequencia	20601	27650	129953	191233	364432	24871	758740	
	% em rel. à linha	2,7%	3,6%	17,1%	25,2%	48,0%	3,3%	100,0%	
	% do Total	,1%	,2%	,8%	1,2%	2,3%	,2%	4,7%	
limpeza e conservação	Frequencia	29978	38513	155772	99173	125443	7616	456495	
	% em rel. à linha	6,6%	8,4%	34,1%	21,7%	27,5%	1,7%	100,0%	
	% do Total	,2%	,2%	1,0%	,6%	,8%	,0%	2,8%	
Total	Frequencia	1089959	1514052	4936286	3833989	4186220	477148	16037654	
	% em relação à linha	6,8%	9,4%	30,8%	23,9%	26,1%	3,0%	100,0%	
	% do Total	6,8%	9,4%	30,8%	23,9%	26,1%	3,0%	100,0%	

Fonte: PNADs – Microdados – 2008 Pessoas – Construída pelo autor.

A Tabela 4 reporta a posição na ocupação de serviços pessoais, ramo de atividades em que a informalidade e a incidência de trabalhadores autônomos apresentam índices mais elevados (8,9% de trabalhadores com carteira e 63,8% por conta própria). Evidencia-se uma possibilidade de ascensão social na ocupação e a conveniência de políticas de trabalho no setor, pois 6,7% tornam-se empregadores. No entanto, a existência de trabalhadores não-remunerados (1,4%) indica a ocorrência de precarização e constituição de pequenos empreendimentos de base familiar e, provavelmente, de trabalho em domicílio. Esta característica é ainda mais acentuada no ramo de serviços

alimentação e alojamento, com 8% de não remunerados e 8,5% de empregadores. Nos setores de de manutenção e reparação, conforme indica a Tabela 5: 10,8% tornam-se empregadores, embora possam ocupar muitos trabalhadores da faixa dos 2,6% não remunerados nesse ramo de atividade, em oficinas de conserto e manutenção de veículos, muitas vezes em condições precárias no próprio domicílio ou em prédios adjacentes.

Tabela 4
Atividades de serviços pessoais – Brasil, 2008 – Posição na ocupação no trabalho principal da semana de 21 a 27/09/2008, para pessoas de 10 anos ou mais

		Frequência	%
Válidos	Empregado com carteira	166246	8,9
	Funcionário público estatutário	7028	0,4
	Outros Empregados sem carteira	353366	18,8
	Conta- própria	1196466	63,8
	Empregador	125990	6,7
	Não remunerado	26374	1,4
	Total	1875570	100,0

Fonte: Microdados da PNAD 2008 – Construída pelo autor

Tabela 5
Atividades de manutenção e reparação – Brasil, 2008 – Posição na ocupação no trabalho principal da semana de 21 a 27/09/2008 para pessoas de 10 anos ou mais

		0	%
Válidos	Empregado com carteira	492306	28,6
	Militar	225	0
	Funcionário público estatutário	2453	0,1
	Outros Empregados sem carteira	585931	34,0
	Conta- própria	409858	23,8
	Empregador	186465	10,8
	Não remunerado	44339	2,6
	Total	1721577	100,0

Fonte: Microdados da PNAD 2008 – Construída pelo autor

No contexto dos serviços subalternos, o trabalho em atividades culturais, desportivas e recreativas destaca-se também por um elevado contingente de trabalhadores autônomos (27,3%) e um nível médio de formalização entre os que mantêm vínculo empregatício (34,5% registrados e 29,2% sem carteira). A passagem à condição de empregador também se verifica (4,6%), bem como a incorporação de trabalhadores não remunerados (2%). Entretanto, a característica peculiar dos trabalhadores neste ramo de serviços é a incorporação de funcionários públicos estatutários (2,4%). Geralmente em

cargos de técnicos ou auxiliares administrativos em secretarias ou agências de cultura, emissoras de radio ou TV públicas, tais funcionários escapam do caráter “servil” ou da condição de subalternidade que a maioria das ocupações em serviços pessoais e domésticos ostenta. Registra-se também a presença de funcionários públicos em serviços de limpeza e conservação (0,7%) e segurança (0,6%), possivelmente remanescentes do processo de terceirização que atingiu primeiramente tais categorias ocupacionais em bancos estatais, mas depois se ampliou, no âmbito de empresas públicas e privadas, incorporando serviços de transporte, segurança, engenharia e manutenção de prédios e equipamentos, restaurante, desenvolvimento de softwares, além de outras (Cf. Segnini, 1999, p. 190).

Tabela 6
Atividades culturais, desportivas e recreacionais – Brasil, 2008 – Posição na ocupação no trabalho principal da semana de 21 a 27/09/2008 para pessoas de 10 anos ou mais

	Frequência	%
Válidos		
Empregado com carteira	423329	34,5
Funcionário público estatutário	29989	2,4
Outros Empregados sem carteira	358403	29,2
Conta- própria	335309	27,3
Empregador	56539	4,6
Não remunerado	24533	2,0
Total	1228102	100,0

Fonte: Microdados da PNAD 2008 – Pessoas – Construída pelo autor

O trabalho em serviços de fast food

Os serviços interativos de alimentação e hospedagem parecem prototípicos, num primeiro exame, das relações servis. Garçons, atendentes de lanchonetes, camareiras, porteiros designam ocupações de natureza serviçal e que, historicamente, remetem a atividades em que prevalece uma relação de dependência de tipo servil, integrando o séquito no ambiente da corte, em locais de propriedade da nobreza, ou no domínio privado, em residências de pessoas de status e posição social elevada. Contudo, como ficam essas relações no contexto de uma sociedade de consumo e de serviços, com trabalho contratualmente estabelecido na esfera do mercado e clientes-consumidores de diversas origens sociais, com acesso a crédito para satisfazer seus gostos e impulsos,

sejam arbitrários ou orientados por *habitus* que remetem às posições que ocupam na estrutura social?

As empresas de *fast food* empregam tradicionalmente um tipo de rotinização de procedimentos: as tarefas são simplificadas e padronizadas ao extremo, minimizando as oportunidades de tomada de decisões pelos trabalhadores da “linha de frente”. Mediante a elaboração de roteiros (*scripts*) detalhados, impondo padrões que são assimilados por meio de sessões de treinamento, as cadeias de *fast food* tentam controlar as interações entre consumidores e empregados. A caracterização feita por Robin Leidner da organização típica do trabalho interativo em serviços ajuda-nos a compreender tais estratégias de controle: os consumidores fazem parte do processo e muitas vezes tentam assumir o controle nas interações; a qualidade da interação faz parte do próprio serviço oferecido. Como não há distinção pronunciada entre o trabalhador, o processo do trabalho e o produto do trabalho interativo em serviços, os empregadores sentem-se inclinados a tomar a aparência, as atitudes e sentimentos do cliente como instrumentos legítimos para intervenção, mediante técnicas de persuasão e indução de respostas que não são comuns em outros ambientes de trabalho (Leidner, 1996, p. 30). A diretriz, assumida por Leidner, de analisar o trabalho em serviços tendo em vista as relações entre consumidores, trabalhadores e empregadores, nos conduz a repensar a questão do controle sobre os *selves* de trabalhadores e clientes, tradicionalmente visto como uma estratégia de manipulação e dominação, a que as categorias subordinadas deveriam se opor. Nas interações de serviços ocorre uma complexa articulação de motivações e interesses, entre as três partes consideradas, em que os grupos ora negociam perdas em suas identidades e interesses em favor de um equilíbrio, ora se alinham, de forma que grupo de participantes se vê confrontado por exigências ou constrangimentos das partes remanescentes. Alguns resultados de uma pesquisa empírica realizada em Goiânia em 2008 pode trazer alguma contribuição à discussão sobre subalternidade e reconhecimento nas interações do trabalho em serviços de *fast food*.⁵

⁵ A pesquisa compreendeu em estudo de caso numa franquia da rede de *fast food* que designaremos como FF, realizado em dois estabelecimentos da rede em Goiânia. Uma das lojas localiza-se no Shopping Flamboyant, o mais antigo da cidade e outra no Shopping Bougainville, localizado no bairro Marista, em região da cidade freqüentada por estratos de maior poder aquisitivo. A investigação compreendeu uma etapa quantitativa, com o objetivo de analisar a cultura de consumo dos clientes e uma etapa qualitativa, mais voltada para a análise da organização trabalho e das interações de serviço, da qual retiramos a maior parte das considerações aqui presentes. A pesquisa foi realizada por Lúbia Gonzaga Dutra, bolsista de iniciação científica, sob minha orientação. Parte dos resultados da pesquisa, sobretudo relacionados à

A hierarquia de cargos nas duas lojas pesquisadas é a seguinte: atendentes, monitores, assistentes de gerentes, gerentes. Os atendentes trabalham em dois turnos de jornada parcial (8-16h – 16-22h) e os demais cargos exigem jornada total (15:00 – 23:09h, com uma hora de intervalo). A distribuição dos cargos em relação a gênero nos dois estabelecimentos é a seguinte: Bougainville: 13 atendentes (9 homens e 4 mulheres), 2 monitores (um de cada sexo), uma assistente e uma gerente; Flamboyant: 22 atendentes (12 homens e 10 mulheres), 3 monitores (homens), um assistente e um gerente.

O emprego em serviços de *fast food* exige baixa qualificação e é bastante procurado por jovens como primeira atividade de trabalho formal, já que, pelo menos na função de atendente, aceita jornadas parciais, facilitando a continuidade da formação escolar. O treinamento básico é ministrado na própria empresa e geralmente exige-se, como no caso da rede pesquisada, o rodízio de tarefas e atividades no ambiente de trabalho (copa, produção, chapa, atendimento, sucos e milkshakes etc.) Os serviços de *fast food*, embora ofertem uma grande quantidade de postos de trabalho anualmente, são vistos, a exemplo de outras ocupações em serviços (vendas a varejo, operadores de call-center e outras), como empregos de baixa capacitação e escassa remuneração, proporcionando pequena mobilidade vertical na carreira e limitado status ocupacional. Os postos de trabalho em serviços de alimentação e, especificamente, como atendentes de lanchonete, são majoritariamente ocupados por mulheres no Brasil. A RAIS de 2008 registra, para a família ocupacional que inclui atendentes de lanchonete,⁶ garçons, cumins, copeiros e *sommeliers*, 650.613 vínculos empregatícios formais, sendo 56% referentes a mulheres. Alguns autores (GLENN, 1996; DUFFY, 2007) relacionam a desvalorização do trabalho feminino não somente nos setores de alimentação, mas

temática do gênero, estão publicados em NUNES, J. H. ; DUTRA, L. G. ; LANDEIRO, M. L., 2008.

6 A ocupação de atendente de lanchonete encontra-se na família ocupacional de código 5134 da Classificação Brasileira de Ocupações: Garçons, barmen, copeiros e *sommeliers*. Esta família abriga, no entanto, outras ocupações, como garçons e cumins, que apresentam uma composição masculina predominante. Ainda assim, no total da família, os vínculos femininos são preponderantes. A PNAD de 2008 informa, para a os trabalhadores nesta família ocupacional registrados em carteira a remuneração média anual de 626 reais, o que correspondia a 1,5 salários mínimos. Evidencia-se, portanto, o caráter de trabalho de baixa remuneração, já que a família agrupa ocupações socialmente mais prestigiadas do que a de atendentes, como é o caso de garçons e *sommeliers*. Nos estabelecimentos da FF pesquisados em Goiânia a remuneração inicial de atendente era de um salário mínimo mais 10% de gratificação por assiduidade, o que correspondia a cerca de 450 reais.

também nos de higiene e limpeza, à histórica desvalorização do labor doméstico feminino, não remunerado. Contudo, no caso dos serviços de *fast food* a tendência atual é admitir igualmente em relação a gênero nos postos iniciais de atendentes, ainda que em cargos hierarquicamente superiores a prevalência seja masculina, confirmando, embora em menor grau, a condição subalterna da femininização.

A oportunidade que o trabalho em cadeias de *fast food* representa para jovens de famílias de baixa renda, inclusive muitos que já trabalhavam na zona rural, evidencia-se em várias entrevistas. Antony, hoje com 30 anos, gerente na loja do Flamboyant, por exemplo, começou a trabalhar “na roça”, com dez anos; trabalhou em supermercado em Goiânia, depois foi admitido com carteira assinada na FF do Bougainville, em 1995, com 18 anos, tornando-se depois monitor e assistente, até ser convidado para a gerência da loja no Flamboyant. Viveu uma trajetória típica de trabalhadores de serviços nas modernas cadeias de *fast food*: jovens de famílias de renda baixa ou média baixa, com experiência prévia de trabalho no campo ou em vínculos temporários ou informais no setor de serviços (estoquistas, rotuladores, empacotadores ou caixas em supermercados). Contudo, sua trajetória difere do que também é típico no setor: *o turnover*, ou seja, a rotatividade, a que corresponde uma representação social negativa dos empregos em *fast food* (*McJobs*) como empregos transitórios, que permitem conciliar trabalho e formação em nível, sendo que em carreiras acadêmicas tradicionais é que se apresenta a oportunidade para ascensão social. Assim, o exemplo de Antony deve ser contrastado com a trajetória de seus colegas atendentes que, possivelmente, abandonarão o FF em busca de outras oportunidades. Enquanto para os novatos o emprego é até motivo de orgulho, é uma garantia de estabilidade após experiências de contatos precários ou na informalidade, para outros, que prosseguem seus estudos, é uma experiência transitória numa ocupação com a qual não se identificam:

Meu trabalho para mim é para mostrar o meu profissionalismo e tudo que eu aprendi durante esse tempo é a história que eu tenho na empresa, meu trabalho para mim faz com que em cada dia eu me apego mais, porque a cada dia eu estou adquirindo meus conhecimentos, adquirindo meus ideais, meu trabalho aqui hoje, acima da minha família ele é tudo. (Antony, gerente)

Não. Eu não me realizo. [trabalhando no FF] Não é algo que eu pretendo ficar por muito tempo. Eu acho que o FF é apenas uma experiência, se você quiser realmente crescer em alguma coisa, descobrir algo diferente, o FF é uma boa opção, mas não é algo do tipo assim eu sonhei com isso. Eu acho que toda pessoa tem algo maior que isso daqui. Então eu não me realizo, tenho sonhos

maiores de sair daqui poder sabe trabalhar num local melhor em termos de trabalho, poder folgar os meus finais de semana, pra mim poder ficar mais livre... (Rosalina, atendente no Bougainville).

A identificação positiva com a ocupação certamente predomina entre os que atingem níveis mais altos na empresa. Ao explicarem o sucesso na carreira, os gerentes (homem no Flamboyant e mulher no Bougainville) enfatizam o espírito empreendedor, a autonomia, o esforço individual, o espírito de luta, ou seja, atributos tradicionalmente “masculinos”. Por outro lado, a ocupação de atendente, assim como a de garçom ou garçonete, juntamente com várias outras ocupações de serviços, que exigem interação direta com o cliente, carregam o fardo simbólico da servidão (Cf. Paules, 1996). O atendente vê-se diante de uma dupla exigência: executar uma função reconhecida como servil e submeter-se à soberania do consumidor. A frase da atendente Norma expressa bem a situação típica no trabalho em serviços: “Tem cliente bom e tem os clientes enjoados, mas sempre o cliente tem razão, né?”.⁷ Assim, quando consegue atingir os níveis superiores na hierarquia de cargos, o trabalhador parece suspender ou atenuar tais exigências para si mesmo, embora não deixe de supervisioná-las ou recomendá-las a seus subordinados. Entretanto, valorizar o cliente não implica tolerar abusos, para monitores, assistentes ou gerentes. A entrevista de Dória, gerente do FF no Bougainville, ilustra bem a complexidade das interações em serviços. Formada em História numa universidade federal, Dória se considera de classe média e tem um perfil social um pouco diferenciado, em relação à origem, da maioria de seus colegas. Contudo, isso não a livrou de passar por todos os níveis hierárquicos na empresa, por quase seis anos, até chegar à gerência. Indagada a respeito de seu relacionamento com os clientes, Dória respondeu:

Depende muito do cliente, entendeu? Tem um cliente que te faz um pedido e tem um cliente que quer mudar os padrões da empresa. Tudo o que você pede com educação, provavelmente você tem 90% de chances de conseguir. Tudo o que você pede com ignorância, pelo menos comigo você tem 0% de chance de conseguir. Se chega um cliente e fala assim: isso aqui tá uma merda! Peraí! Vamos ver se realmente tá, entendeu? Porque acho que a pior coisa, como já disse, disso é a ignorância, detesto, detesto!

7 Marek Korczynski e outros autores (KORCZYNSKI et al., 2000) criticam o “mito da soberania do consumidor”. A padronização e o controle das interações de serviço é que se tornaram cada vez mais estruturadas, levando o consumidor a pensar que ele tem o controle total da situação. Entretanto, quando o consumidor, irado, destrata o atendente porque o cardápio delimitado e inflexível não dá margem à individualidade de seus pedidos, causa decepção por parte do atendente, que também encontrava algum prazer na possibilidade de servir bem o cliente, no âmbito da estrutura que a empresa dispõe.

A rotinização e a padronização das atividades incluem mensuração rigorosa e seleção dos ingredientes usados nos produtos. Tais informações fazem parte do Checklist, um formulário relativo a cada seção (copa, chapa, sorvetes etc.), com informações desde a composição de um produto, até as características, tempo de vida e rendimento. O Checklist é verificado em cada seção, diariamente e também empregado como prova, para treinar e verificar o conhecimento dos atendentes. A aplicação dessas provas é feita pelo monitor. Assim, cada atendente pode dizer ao cliente se o produto contém açúcar, conservantes, qual a medida correta de cada componente etc. Assim, as prescrições do Checklist limitam a subjetividade no atendimento, mas também na escolha do consumidor. Garante a qualidade do serviço, mas também exhibe suas limitações. Sem instrumentos de objetivação como o Checklist seria impossível a normatização rigorosa do atendimento e da qualidade e uniformidade do trabalho que, praticamente, são sinônimos do serviço de *fast food* em sua forma mais usual. É oportuno ressaltar que a padronização, na forma de Checklists, jingles e ícones publicitários, fórmulas de atendimento, uniformes, barateia o custo do trabalho, pois exige habilidades primárias e básicas dos funcionários. Limita, certamente, o *self* do trabalhador mas, por outro lado, também o protege contra os ataques de clientes. O funcionário que chega à gerência, cargo administrativo, está de certo modo protegido contra o constrangimento do *self*, pois não faz mais o atendimento direto, embora seja responsável por sua execução adequada. Assim, pode contestar o cliente, embora sem contrariar os padrões de controle da empresa. Por outro lado, seu poder aquisitivo aumenta e, de certa forma, ele se encontra mais perto do cliente, na condição de usufruir e exigir. As considerações de uma gerente revelam sua aproximação a uma visão de mundo individualista, apresentando um projeto de vida centrado na ampliação do consumo, além do status adquirido por uma ocupação ou profissão:

O que que eu gostaria de ser? Bem... Profissionalmente falando: ser uma profissional conhecida no mercado de trabalho que profissionalmente falando é o que todo mundo quer, né! Pessoalmente falando: gostaria de ter a minha casa, ter a minha vida pessoal estruturada sozinha, que eu não pretendo casar e muito menos ter filhos, por isso que eu falo que sou uma pessoa egoísta, (riso) e ... viajar muito, acho que essa é minha vontade, viajar muito, conhecer todos os lugares que eu sempre quis conhecer desde a faculdade, até quando eu tiver condições pra fazer isso. (risos)

As falas de diversos trabalhadores de fast food pesquisados atestam a proximidade entre a cultura organizacional no setor e a cultura dos consumidores em

espaços sociais como shopping centers. O trabalhador passa a considerar seu trabalho como uma forma de descobrir e construir sua identidade tendo como parâmetro a linguagem e as atitudes do consumidor. Conforme a análise pertinente de Paul du Gay,

os trabalhadores são encorajados a considerar o trabalho como *consumidores*: o trabalho torna-se uma arena na qual as pessoas exibem uma relação com o *self* “empreendedora” ou “consumidora”, na qual eles fazem um “projeto próprio” e desenvolvem um estilo de vida que irá maximizar o valor de sua existência para si mesmos. (1996, p,78)

Contudo, subir de cargo no ramo de *fast food* implica trabalhar muito, pois o movimento é grande, os procedimentos são entediantes, o controle deve ser rigorosamente observado, exige-se aperfeiçoamento constante. Conforme diz Dória, “todo desejo requer investimento. Primeiro, estudar muito. Dedicção profissional acima de tudo. E batalhar, correr atrás, ou seja, procurar estágio, quando eu tava terminando a faculdade você leva muita porta na cara, mas tem muita gente que abre porta pra você também”. Seu sonho não é a heteronomia a que pode conduzir um casamento, por exemplo, mas a construção autônoma de metas, administrar a própria vida, nada de filhos ou de família, tornar-se uma *self made woman*....

Os funcionários que trabalham no shopping estão imersos numa esfera em que lazer e consumo se entrelaçam (Cf. Padilha, 2006). Nas entrevistas com os funcionários encontrou-se tanto aproximações mais simpáticas ao ambiente dos shoppings, mas também afastamento e rejeição. Há reclamações quanto ao movimento excessivo no ambiente de trabalho e no shopping, mas predominam as representações positivas do shopping em relação a local de diversidade, favorável para que se conheça pessoas diferentes.

Eu acho legal. Porque ... é igual eu falei, aqui as pessoas são um nível diferente, o movimento ele é mais tranquilo, não tem aquela correria igual nos outros né, nos outros FFs. E tipo os colegas de trabalho são uma equipe de verdade, não conheço os outros então não posso falar. Adoro praticamente todo muito ali então fica um lugar legal de se trabalhar. (Rosalina, atendente no Bougainville)

Todo mundo acha que trabalhar no *Flamboyant* é bom, porque é o maior *shopping* de Goiânia, é muito movimentado na verdade, para a gente é muito trabalhoso, nós temos que trabalhar bastante, mas é muito bom trabalhar aqui, não é tão mau assim. (Marcos Antonio, monitor no Flamboyant)

Trabalhar no shopping, independentemente da movimentação, é um atrativo para muitos jovens de famílias de baixa renda, embora não necessariamente na área de fast

food. Entre as mulheres atendentes há certamente jovens que, embora satisfeitas com trabalhar “de carteira assinada”, enfrentam a dupla jornada com o labor doméstico. É o caso de Flora, atendente no Flamboyant, que começou em fast food após vivenciar o trabalho doméstico em confecção, auxiliando a mãe, costureira:

Eu já trabalhei de costureira com a minha mãe e com a minha vizinha. E de carteira assinada é o primeiro de atendente. (...) Antes quando eu era menor eu andava com um colega meu, o Bruno, aí a gente falava: “Ah eu quero trabalhar no shopping”. Era o sonho dos dois, ele falava “eu quero trabalhar numa loja, bem boa, assim de influência, aí eu falei: “Ah, pra mim, até na praça de alimentação, não tem problema, não... aí, hoje em dia, ele está trabalhando na *Richard's* e eu nessa empresa.

Ao narrar sua vida cotidiana, Flora revela a dupla jornada: “Ah, eu acordei, fiz o almoço, limpei a casa e vim pro serviço.” Questionada a respeito da atitude que a empresa aconselha a tomar em relação ao cliente, Flora sintetiza: “Postura. Manter a postura reta, não ficar cometendo gafe na frente do cliente, sem brincadeiras. Séria, ser séria e ao mesmo tempo sorridente.” Flora não vê problemas em relação ao uso do uniforme, o que foi observado em entrevistas com monitores(as) ou gerentes. Ao contrário, o uniforme sinaliza o trabalho regular, já uma conquista para quem está acostumada ao ganho por peça e à precarização no ofício de costureiras isoladas ou em facções.

Há, entre vários funcionários, uma identificação muito positiva com a empresa e o ambiente de trabalho, no sentido de uma comunidade, uma família. Sheila, assistente de gerente, afirma: “Eu acho interessante que aqui é muito família, todos aqui se ajudam muito, quanto no serviço quanto na vida, por ficar muito junto, quanto os da diretoria como o pessoal que trabalha, todo mundo é muito unido, é a família FF, porque é uma família mesmo, todo mundo é muito ligado.” Para o gerente Antony, a empresa é até mais que uma família: “Meu trabalho para mim é para mostrar o meu profissionalismo e tudo que eu aprendi durante o longo desse tempo, é a história que eu tenho na empresa, meu trabalho para mim faz com que em cada dia eu me apego mais, porque a cada dia eu estou adquirindo meus conhecimentos, adquirindo meus ideais, meu trabalho aqui hoje, acima da minha família ele é tudo.” Contudo, tal posição é comum entre os que vieram do interior ou de outros estados, tiveram experiência com trabalho informal, provêm de famílias de poder aquisitivo mais baixo ou têm pais separados.

A maioria dos trabalhadores entrevistados expressa, de alguma forma, o espírito comunitário e internalista na empresa. Há uma “loja escola” em Brasília e a empresa disponibiliza cursos, de cerca de uma semana de duração, aos funcionários que se tornam monitores, assistentes e gerentes. É importante destacar que os funcionários consideram o aprendizado relevante não só em termos de cognição ou treinamento, mas sobretudo em termos de socialização, de internalização de normas.

Poderia um espírito comunitário, de agregação em nível quase familiar, realmente se efetivar no trabalho em serviços de fast food? Robin Leidner explica esse tipo de expressão como efeito de uma estratégia administrativa destinada a constituir um espírito de equipe, realizado por monitores, assistentes e gerentes, num esforço para impelir os colegas ao trabalho durante todo o tempo e não deixá-los ociosos por um segundo sequer. Procura-se forjar a identidade dos trabalhadores em consonância com os objetivos da empresa e agregá-los, de forma comunitária, como uma equipe ou time. O funcionário que ocupa a gerência ou a supervisão domina tal tipo de estratégia, durante as reuniões e treinamentos. O resultado é um ambiente de trabalho aparentemente harmonioso e calmo. É oportuno analisar mais especificamente alguns termos desse “vocabulário de motivos”⁸, presente nos treinamentos e manuais didáticos, realizados pela administração e difundido aos atendentes.

Os empregados que chegam a assistentes de gerentes ou gerentes passam a ter os objetivos e estratégias administrativas internalizadas, após alguns cursos e aperfeiçoamentos realizados, geralmente, na loja-escola, em Brasília. A insatisfação e o incômodo por, eventualmente, encontrar um cliente “chato” são substituídas por uma insatisfação consigo mesmo, diante do desejo de tornar-se um bom profissional, inviabilizado por uma incapacidade ou incompetência momentânea representada na situação de portar-se diante de um cliente insatisfeito ou irado. “Tornar-se um bom profissional” no âmbito dos parâmetros da empresa é a meta, diante da qual há complicações e dificuldades, mas que decorrem das circunstâncias e nunca da natureza das pessoas. Assim, o cliente chato torna-se um cliente “difícil”; um péssimo dia de trabalho torna-se um dia “complicado”, já que o profissional tem por obrigação reduzi-lo

8 Wright Mills considerava os motivos como como vocabulários típicos que têm funções verificáveis em determinadas situações sociais. “As situações institucionalmente diferentes correspondem diferentes vocabulários de motivos apropriados a seus respectivos comportamentos” (1970, p. 473).

a termos mais simples. Essa redução aos termos mais simples consiste na padronização escrupulosa do processo de produção do serviço em unidades mínimas, em ações exaustivamente descritas e seqüenciadas. Em outras palavras, um tipo de taylorismo aplicado aos serviços. Utiliza-se um tipo de relacionamento humanitário, entre o paternalismo e a solidariedade de tipo familiar para tornar mais amena a compartimentalização de tarefas, a despersonalização do atendimento, o automatismo nas interações. Daí as inúmeras referências à família, à equipe e até ao supervisor, como amigo, que tudo ensina, como modelo de pessoa.⁹ Os monitores e gerentes são guardiães da filosofia da empresa que, embasada na impessoalidade do tratamento, padronização e simplificação de tarefas (com o objetivo de minimizar o custo-trabalho), transfere aos cargos administrativos a tarefa de incutir e fiscalizar os princípios empresariais que visam, em última instância, normatizar as interações entre atendentes e clientes:

é muito difícil algum problema, mas quando tem eu tenho que resolver o mais rápido possível, porque a gente vem no lugar que relativamente é caro, então eu acredito que tem que ser bem tratado, aqui tudo é muito bem feito, mas tem hora que tem algum problema ou alguma reclamação eu tenho que resolver o mais rápido possível, ver qual é a reclamação ou o ponto de vista do cliente, tem coisas que as vezes são absurdas que a gente vê, mas nós dependemos do cliente (Sheila, assistente de gerente, FF do Bougainville)

[Um dia ruim no trabalho é] Quando você acorda de mal; dentro do trabalho não existe dias ruins, existem dias complicados, obviamente o shopping é desgastante, trabalhar com pessoas é muito mais difícil, desagrada um ou dois e por aí, precisa tratá-las com carinho, mas quando você vem para ser profissional é uma glória, ruim é quando você perde alguém ou um ante querido, aí tem um dia ruim. (...) [Um dia bom no trabalho é] Quando tudo dá certo, todos estão sorrindo, quando todos estão se dando bem, se respeitando, quando as coisas se encaixam, aí é um dia bom, um dia onde todos tentaram ser profissionais. (Antony, gerente, FF do Flamboyant)

O serviço de fast food tenta conciliar motivos contrastantes, se não contraditórios. Ao oferecer produtos e atendimento padronizado, nivela seus clientes, considerando-os como iguais e não como indivíduos com suas personalidades. No entanto, “expropria” o trabalho emocional de seus funcionários, exigindo postura, boa aparência, sorrisos, educação, inclusive nas interações com clientes inconvenientes. O consumidor, embora se encontre por poucos segundos diante do atendente ou do caixa, recebe nesses momentos um tratamento com deferência. Os estabelecimentos de fast food não apregoam atendimento individualizado. O cliente sabe disso e, por vezes até por tal motivo, procura a lanchonete ou restaurante para se alimentar rapidamente. Pode-se

⁹ Leidner relata, em sua pesquisa na rede McDonalds, o emprego do termo *crew* (tripulação), para se referir à equipe de trabalho e as estratégias de premiação e concessão de bonificações para aumentar o espírito de solidariedade em torno do “bom profissional” (1993, p. 92).

dizer até que ele evita a interação. Afinal, jantares românticos ou almoços entre executivos não são realizados em lojas de fast food. Além disso há uma profusão de equipamentos visuais indicativos do que se deve fazer em tais “não-lugares”: entrar na fila, esvaziar a bandeja na lixeira ao sair etc.. Caso haja dúvidas, basta observar ao redor; sempre há outros consumidores mais habituados, geralmente em grande número, que desempenham automaticamente as operações necessárias. Assim, a deferência do atendente de fast food é muito específica, o fundamental é o sorriso e a observação dissimulada, para detectar indícios reveladores de que algo está faltando ou alguma coisa está errada, para então agir. Os atendentes observam os clientes e são observados por monitores, que são observados por gerentes e supervisores. Foco de tantos olhares, do cliente ao administrador, o atendente enfrenta um conflito de identidade, que também se manifesta em outros níveis da carreira, em menor grau. Conduzido a tratar amavelmente cada cliente, e da mesma forma e também a considerar tal postura como necessária ao bom profissional, alguns trabalhadores passam a incorporar tal postura em outros tipos de situação, e até mesmo a não distinguir entre o *surface acting* (sinais de deferência ou de saudação, como sorrisos, apertos de mão etc.) e *deep acting* (sinais efetuados com intenção premeditada, como numa troca social, por intermédio da manipulação da emoção, ou *emotion work*) (Cf. Hochschild, 1983). Os trabalhadores encontram problemas de autenticidade e identidade, pois há diferenças entre lidar com as pessoas normalmente e interagir com as pessoas reprimindo ou simulando sentimentos, isto é, manipulando a emoção. Os seguintes trechos de entrevistas exemplificam a discrepância entre agir “naturalmente” e fingir ou simular sentimentos “profissionalmente”, no caso das interações em serviços:

É uma questão meio profissional, não podemos brincar com nenhum cliente, nenhuma intimidade com ele de forma alguma. Então a nossa questão é mostrar os produtos, fazer uma venda excelente que é vender bastante e sempre os produtos maiores, melhores né, que são os mais caros então a empresa exige que a gente faça isso, uma venda lucrativa pra eles. Então são produtos grandes e com preço de custo maior. (...). Então quando estamos conversando com o cliente ou é ele que tem que conversar com a gente, a gente responder algumas coisinhas, mas é aquela coisa bem seca e não levar aquilo a mais profundo. (Rosalina, atendente, FF no Bougainville)

Bom, o atendimento ao cliente deve ser de forma espontânea, né, com sorriso no rosto... contato visual constantemente... sempre ouvir atento, tudo que o cliente exige, ou deixa de querer, no caso. E estar fazendo venda global, né, que é a partir da promoção do mês, você explorar ao máximo do potencial de compra do cliente, fazendo com que ele leve algo a mais, para complementar o seu pedido. Assim como também gerando uma boa lucratividade para a empresa, também, no caso. (Miro, monitor no FF do Flamboyant)

A indefinição ao internalizar regras para a interação com os clientes, decorrente da disparidade entre tratar o cliente como um indivíduo e oferecer a consumidor um produto e um serviço estritamente padronizado é acompanhada pela dificuldade em se identificar com o próprio trabalho em serviços de *fast food*. A maioria dos entrevistados manifestou grande hesitação ou expressou sentimentos contraditórios quando interrogados a respeito de sua identificação com o trabalho que realizam:

[Pensando] (...) Olha! A vida de FF, sendo muito realista com você, é de altos e baixos, às vezes você fica muito feliz, mas às vezes você fica muito triste, eu trabalho aqui vai fazer quatro anos já, às vezes você fica tão bem, mas às vezes você pensa que está perdendo tanta coisa, porque você fica 80 a 90% do dia aqui, você falou se me realiza... eu não sei que sim ou que se não, acontece que se você entrevistar todos os gerentes, principalmente os que estão há muito tempo, tem vez que você adora, mas tem vezes que você odeia, que você conta um milhão de vezes antes de você vir pra cá. (Sheila, assistente de gerente, FF no Bougainville)

Considerações finais

A reconstrução teórica e o caso empírico aqui considerado permitem repensar uma velha questão, a da subalternidade ou servilismo em algumas relações de serviços, sob outra perspectiva. Digamos que permanece um tipo de dominação indireta na condição de delegar a outros várias atividades preponderantemente mecânicas ou instrumentais, laboriosas, para dedicar o tempo a ações morais, decisórias, intelectuais, estratégicas, que acabam mais valorizadas no mercado do trabalho e na evolução do *self*. Porém, Parsons já nos apontava, em artigo clássico (1939), que o vetor da dominação nas relações de serviços tem outro sentido, no caso de profissões reconhecidas e estabelecidas, como a medicina ou o direito. O profissional exerce um tipo de autoridade sobre seus clientes, independentemente da posição social, do grau hierárquico ou da proeminência moral em que estes se encontram. Esta autoridade é fundada na competência técnica, construída e reconhecida institucionalmente, efetivada simbolicamente na postura, no uso de uniformes e aparatos e de um ritual de procedimentos e, finalmente, reconhecida subjetivamente pelo cliente, que fideliza e difunde seus serviços com base na confiança. Os trabalhadores em ocupações de baixa qualificação também exercem algum tipo de autoridade sobre seus clientes, com base na competência técnica. No entanto, mesmo no atual mundo de consumidores e serviços, em que as competências são amplificadas e disseminadas pelas redes telemáticas, o tipo de servilismo culturalmente associado a essas tarefas não desaparece, embora possa mudar em alguns aspectos. As sapatarias e

lojas de consertos rápidos, bem como os cabeleireiros e manicures, estão nos shoppings, mas nos andares inferiores, quando não no nível das garagens. O trabalho de limpeza permanece invisível, realizado principalmente antes e após a abertura dos estabelecimentos. As trabalhadoras domésticas também têm lugar e hora para aparecer no domínio senhorial. A própria competência técnica desses trabalhadores é eclipsada por um tipo de naturalização que incorpora o serviço executado ao *self* ou à propriedade do cliente. O penteado bonito “fica bem”, “realça” a moça, o carro limpo e bem regulado e seu dono jovem e bem sucedido compõem um conjunto natural, as ruas e jardins urbanos limpos e bem cuidados indicam um povo civilizado e uma administração competente; a casa bem arrumada indica uma boa condução da “patroa”, ou se trata de uma senhora “prendada”, do lar, e não uma mulher dedicada ao labor doméstico por uma imposição cultural.

Os trabalhadores de serviços pessoais ou de manutenção e reparação, em sua maioria autônomos ou com contratos precários não estão, como os funcionários de estabelecimentos de redes de *fast food*, em condições de “se colocar no lugar de seus clientes”, ou seja, a distância simbólica entre consumidores e prestadores de serviços é maior. Por outro lado, o êxito comunicativo e as trocas emocionais nas situações de interação são também importantes para a fidelização, já que a expertise técnica, embora identifique e qualifica o trabalhador, não o distingue em termos de posição social, como chega a ocorrer com engenheiros, advogados ou médicos, até recentemente tratados como “doutores”.

Os empregados em serviços de *fast food* em shopping centers, principalmente os atendentes encontram-se, em termos de construção de suas identidades laborais, muito distantes de garçons ou maîtres em restaurantes tradicionais ou bares. Nestes estabelecimentos sobrevive um tipo de interação de dimensão mais servil, no sentido clássico. Contudo, há muito mais oportunidades de construção de selves e negociação por clientes e funcionários. Ainda que o desempenho de cada ator seja controlado, pela etiqueta, por um lado, e por um treinamento que, no limite, beira a profissionalização, por outro, há margens de interação criativas e reveladoras que podem ser exploradas. Já no caso de atendentes de lanchonetes em centros de lazer e consumo não há etiqueta, mas rotinização protocolar, uniformes que apagam a diferenciação de gênero, inflexibilidade

no cardápio, incentivo ao auto-atendimento e, no limite, o apagamento dos *selves*. A expectativa de ascensão no ramo não se dá por diferenciação técnica em nível das funções, mas de passar a outro estágio onde se administra tais funções. Assim, a promoção difere muito, por exemplo, do caso do cumin que se torna garçon e chega a maître, podendo até tornar-se proprietário de um restaurante. O ideal da expertise, que legitima a autoridade do prestador numa relação de serviços, é substituído por um projeto de se destacar por saber o que o cliente quer, identificar-se com ele, compartilhar seus desejos e aspirações, ainda que com a convicção de que não serão alcançados no desempenho daquela ocupação, mas em nível da administração ou em outro setor de trabalho.

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Paulo Pereira de. A servicialização do trabalho: Perspectivas e tendências. *Sociologia*, n. 44, Lisboa, p.83-107 jan. 2004.
- ALMEIDA, W. J. M. & SILVA, M. C. *Dinâmica do setor de serviços no Brasil – emprego e produto*. Rio de Janeiro: IPEA / INPES, 1973.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo*. A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008 [2007].
- BELL, Daniel. *O advento da sociedade pós-industrial*. São Paulo: Cultrix, 1977 [1973].
- BERNARDINO-COSTA, Joaze. Colonialidade do Poder e Subalternidade: os sindicatos das trabalhadoras domésticas no Brasil. *Revista Brasileira do Caribe*, v. VII, p. 311-345, 2007
- BROWNIG, Harley L., SINGELMANN, Joachim. The transformation of the US Labour Force: the interaction of industry and occupation. *Politics and Society*, Springfield, n. 8 (3-4), p. 481-509, 1978.
- CARVALHO, Marcelo Soares de. *Absorção de mão-de-obra no setor de serviços brasileiro dos anos 90*. Dissertação de Mestrado (Economia). Unicamp: FCHF, 2004.
- DUBAR, Claude. *A crise das identidades*. A interpretação de uma mutação. Porto: Afrontamento, 2006.
- _____. *A socialização*. Construção das identidades sociais e profissionais. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- FANON, Frantz. *Black skin, white masks*. New York: Grove, 1967.
- GADREY, Jean; ZARIFIAN, Philippe. *L'Émergence d'un modèle du service: enjeux et réalités*. Paris: Liaisons, 2002.
- du GAY, Paul. *Consumption and identity at work*. Sage: London, 1996.
- GLENN, Evelyn Nakano. From servitude to service work: historical continuities in the racial division of paid reproductive labor. *Signs*. Chicago, v. 18, n. 1, p. 1-43, 1992.
- GOFFMAN, Erving. *The presentation of self in everyday life*. New York: Double Day, 1990. Ed. revisada. [1959].
- _____. The medical model and mental hospitalization. Some notes on the vicissitudes of the tinkering trades. In: _____. *Asylums*. Essays on the social situation of mental patients and other inmates. Garden City: Doubleday Anchor, 1961, p. 321-386.

- GORZ, André. *Metamorfoses do trabalho*. Crítica da razão econômica. 2ed. São Paulo: Annablume, 2007 [1988].
- HEGEL, George W. F. *Phénoménologie de l'Esprit*. Tome I. Trad. De Jaen Hyppolite. Paris: Aubier, 1977.
- HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento*. A gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: 34, 2003.
- HOCHSCHILD, Arlie R. *The managed heart: commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California, 1983.
- KON, Anita. Sobre as atividades de serviços: revendo conceitos e tipologias. *Revista de Economia Política*. São Paulo, v. 19, n.2 (74), p. 64-83, 1999.
- KORCZYNSKI, Marek; OTT, Ursula F. When production and consumption meet: cultural contradictions and the enchanting myth of customer sovereignty. *Journal of Management Studies*. Leeds, v. 41, n. 4, p. 575-99, 2004.
- LEIDNER, Robin. Rethinking questions of control: lessons from McDonald's. In: MacDONALD, C.; SIRIANNI, C. (ed.). *Working in the Service Society*. Philadelphia: Temple University, 1996, p. 29-49.
- _____. *Fast food, Fast Talk: Service Work and the Routinisation of Everyday Life*. Berkeley, CA, University of California, 1993.
- MILLS, C. Wright. Situated actions and vocabularies of motive. In: STONE, Gregory P.; FARBERMAN, Harvey A. (eds.) *Social Psychology through symbolic interaction*. Waltham: Xerox College, 1970. p. 472-480.
- MELO, Hildete et alli. *O setor serviços no Brasil: uma visão global – 1985/95*. Rio de Janeiro: IPEA, março 1998. (Texto para Discussão, n. 549).
- MORAIS, Leandro Pereira. 2006. *Mercado de trabalho e os serviços pessoais no Brasil contemporâneo*. Dissertação (Mestrado em Economia). Unicamp/IE, Campinas.
- NUNES, J. H. ; DUTRA, L. G. ; LANDEIRO, M. L. . Trabalho e gênero nas interações de serviços. *Sociedade e Cultura*, v. 11, p. 285-303, 2008.
- OLIVEIRA, Francisco de. O terciário e a divisão social do trabalho. *Estudos CEBRAP*. São Paulo, n. 24, 1979.
- PADILHA, Valquíria. *Shopping center: a catedral das mercadorias*. São Paulo: Boitempo, 2006.
- PAULES, Greta Foff. Resisting the Symbolism of Service among Waitresses. In: MacDONALD, C.; SIRIANNI, C. (ed.). *Working in the Service Society*. Philadelphia: Temple University, 1996, p. 264-290.
- PARSONS, Talcott. The professions and social structure. *Social Forces*, v. 17, n. 4, p. 457-467, 1939.
- ROLLINS, Judith. Invisibility, consciousness of the Other, and resentment among black domestic workers. In: MACDONALD, Cameron Lynne; SIRIANNI, Carmen (eds). *Working in the service society*. Philadelphia: Temple University, 1996. p. 223-243.
- SEGNINI, Liliana. Reestruturação nos bancos no Brasil: desemprego, subcontratação e intensificação do trabalho. *Revista Educação e Sociedade*, Campinas, n. 67, p. 183-209, 1999.
- VARGO, Stephen; MORGAN, Fred W. Services in Society and Academic Thought: An Historical Analysis. *Journal of Macromarketing*, n. 25, v. 1, p. 42-53, 2005.
- VIDAL, Dominique . *Les bonnes de Rio*. Emploi domestique et société démocratique au Brésil. Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaires du Septentrion, 2007.
- ZARIFIAN, Philippe. *A Quoi Sert le Travail?* Paris: La Dispute, 2003.