

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ
CAMPUS DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO EM HISTÓRIA**

KAREN RENATA CAPELESSO

**EXPERIÊNCIAS DOS TRABALHADORES COMERCÍARIOS NO CONTEXTO DA
MUNDIALIZAÇÃO DO CAPITAL: FUSÃO CASAS BAHIA E PONTO FRIO EM
CASCAVEL - PR (1992 - 2011)**

MARECHAL CÂNDIDO RONDON

2012

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ
CAMPUS DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO EM HISTÓRIA**

KAREN RENATA CAPELESSO

**EXPERIÊNCIAS DOS TRABALHADORES COMERCIÁRIOS NO CONTEXTO DA
MUNDIALIZAÇÃO DO CAPITAL: FUSÃO CASAS BAHIA E PONTO FRIO EM
CASCAVEL - PR (1992 - 2011)**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora na Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Campus de Marechal Cândido Rondon, como exigência para obtenção do título de Mestre em História. Orientador: Prof. Dr. Vagner José Moreira.

MARECHAL CÂNDIDO RONDON

2012

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(Biblioteca da UNIOESTE – Campus de Marechal Cândido Rondon – PR., Brasil)

C238e Capelesso, Karen Renata
Experiências dos trabalhadores comerciários no contexto da mundialização do capital: fusão Casas Bahia e Ponto Frio em Cascavel - PR (1992 - 2011) / Karen Renata Capelesso. - Marechal Cândido Rondon, 2012.
165 p.

Orientador: Prof. Dr. Vagner José Moreira

Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Campus de Marechal Cândido Rondon, 2012.

1. Fusão Casas Bahia e Ponto Frio - Classe trabalhadora.
2. Trabalhadores. 3. Mundialização do capital. 4.
Reestruturação produtiva. I. Universidade Estadual do Oeste do Paraná. II. Título.

CDD 22.ed. 331
305.56
658.16
CIP-NBR 12899

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer ao Prof. Dr. Vagner José Moreira, por todas as contribuições ao decorrer da pesquisa que foram imprescindíveis para que ela fosse realizada, bem como pelos momentos de compreensão e motivação. A Prof. Dr. Sarah Ribeiro, por sempre se mostrar disposta a ajudar, inclusive com vários conselhos amigos.

A minha família, em especial meus pais, que de sua forma sempre estão ao meu lado. A minha “mãezinha” Dona Ana, seu Aldo e Filomena, amor incondicional. A família Piloto, por sempre ter as portas abertas para mim, me fazendo sentir parte dela.

Aos meus amigos. Porém, quero agradecer especialmente a Martha Piloto, não tenho palavras para expressar todo o carinho e gratidão que tenho por sua amizade e companheirismo. A Julius e Angélica Daltoé, que me tiveram por agregada no período de mestrado. A Isabel Grassioli, Kamylla Gaffuri, Paula Hisatugo, Michelle Silva e Vânia Inocêncio, sempre especiais. Aos meus amigos de longa data, Lahra Rosa (e companhia) e Miro, que mesmo eu estando em débito com vocês neste momento, sempre estamos juntos. A Fernando Heck, Alisson Martins e Mara Maschio por todas as contribuições teóricas e conselhos fraternos.

Outro agradecimento especial são para todos meus amigos e camaradas de luta. A família (e o partido) que eu escolhi, PSTU. Porém, com um carinho especial é que agradeço a Mariane de Siqueira e Marcello Barbato que além de grandes militantes, sempre me acolhem nos momentos mais difíceis. A Darlan e Diogo Cordone, por toda a compreensão e carinho. A Martha, Alisson, Avana, Graciele, Beatriz, Oliver, Bruna, Letícia, Adriano, Márcio, Rosi, Xereta, Natália, Eduardo, Claudinha, Brenda, Castagna, Márcia e Gabriel, que além de camaradas são amigos.

Quero agradecer também ao programa de Mestrado, em especial a Iraci, e a CAPES por ter proporcionado a bolsa de estudos durante o período de pesquisa.

Aos trabalhadores da loja Ponto Frio e Casas Bahia de Cascavel, esta pesquisa é para vocês.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
CAPÍTULO 1. “ENTÃO, JÁ ESTOU COMEÇANDO A ME ESPERTAR PRA OUTRAS COISAS, JÁ DEVERIA TER FEITO ISSO HÁ MUITO TEMPO ATRÁS”: TRAJETÓRIAS E EXPECTATIVAS DE VIDA DOS TRABALHADORES COMERCÍARIOS EM CASCAVEL....	17
1.1 TRAJETÓRIAS OCUPACIONAIS: A SOBREVIVÊNCIA PELO TRABALHO	17
1.2 EXPECTATIVAS DE VIDA DOS TRABALHADORES DA CASAS BAHIA E PONTO FRIO: “TENDÊNCIA A SAIR DA LOJA”	51
CAPÍTULO 2. “ENTÃO, É UM SERVIÇO QUE VOCÊ SE COBRA BASTANTE, SE FOSSE PRA GANHAR POUCO NÃO COMPENSA, NÉ!”: DISPUTAS E CONCEPÇÕES DO TRABALHADOR COMERCÍARIO SOBRE A ORGANIZAÇÃO E AS RELAÇÕES DE TRABALHO	65
2.1 RECRUTAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO NAS LOJAS PONTO FRIO E CASAS BAHIA	65
2.2 CONCEPÇÕES E PRÁTICAS DOS TRABALHADORES A RESPEITO DA ORGANIZAÇÃO E DAS RELAÇÕES DE TRABALHO	82
2.3 CONCEPÇÕES, PRESSÕES E DISPUTAS EM TORNO DA JORNADA DE TRABALHO DO TRABALHADOR COMERCÍARIO	102
CAPÍTULO 3. “VOCÊ COMEÇOU A FAZER PARTE DO MAIOR GRUPO DA AMÉRICA LATINA”: AS PRESSÕES E OS SIGNIFICADOS PARA OS TRABALHADORES COMERCÍARIOS SOBRE FUSÃO DAS CASAS BAHIA E LOJA PONTO FRIO E A MUNDIALIZAÇÃO DO CAPITAL”	116
3.1 FUSÃO CASAS BAHIA E PONTO FRIO: CENTRALIZAÇÃO E MUNDIALIZAÇÃO DO CAPITAL NO COMÉRCIO VAREJISTA E AS MUDANÇAS NO MUNDO DO TRABALHO	116
3.2 DISPUTAS E SENTIDOS SOBRE AS MUDANÇAS NO MUNDO DO TRABALHO: FUSÃO CASAS BAHIA E PONTO FRIO.....	128
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	152
FONTES.....	157
REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO.....	163

RESUMO

A presente dissertação tem como objetivo refletir sobre as trajetórias da classe trabalhadora na sociedade capitalista contemporânea, discutindo as mudanças no mundo do trabalho que vem acontecendo nos últimos anos, principalmente no setor de serviços, a partir das experiências de vida e trabalho de sujeitos que vivenciam essas transformações em seu cotidiano. O estudo em que a pesquisa se debruça é o processo de fusão da Casas Bahia e Ponto Frio, na cidade de Cascavel, Paraná, e as implicações que essa transação trouxe e está trazendo para a classe trabalhadora – por meio das impressões dos que vivenciam no chão da loja essas transformações em suas relações de trabalho. Portanto, as fusões de grandes empresas e a formação de grandes conglomerados – tendência existente na sociedade capitalista em sua época monopolista e com relevância no setor varejista brasileiro – são discutidas a partir das trajetórias de vida e trabalho dos “trabalhadores colaboradores” dessas lojas, avaliando as impressões e pressões sofridas por esses sujeitos nos processos em questão. Para analisar as diversas “reestruturações produtivas” no comércio varejista, a pesquisa se utiliza de narrativas orais de trabalhadores e ex-funcionários das duas lojas, buscando apreender como esses trabalhadores significam e configuram essas mudanças no mundo do trabalho, inclusive ditando dinâmicas neste espaço.

Palavras-chave: Trabalhadores; Experiências; Mundialização do Capital; Reestruturação Produtiva; Casas Bahia e Ponto Frio.

ABSTRACT

This dissertation has the objective of reflecting on the working class trajectory on the contemporary capitalistic society, disgusting the changes in the world of labor that keep happening in the last few years, especially on the so called service sector starting from the life and work experiences of the subjects that live this changes materially at his daily basis. The study that the research lays on, it's the merging process of Casas Bahia and Ponto Frio at Cascavel city – Paraná State, the implications that this merger brought and keeps bringing to the working class by the impressions that the workers experience on the shop floor about the changes in their labor relations. Therefore, the mergers of big companies, big conglomerate formations, and the existing tendency in the capitalistic society at his monopolistic estate with relevance at the Brazilian retail sector, it's discuss starting at the life and work trajectory of the “workers contributors” at this stores, analyzing the impressions and pressures that the retail workers indicate and live at this process. In the edge of analyzing the several “productive restructurings” at the retail business, the research uses oral storytelling of employees and former employees at the two stores perceiving how these workers mean and configure these changes in the world of labor, even dictating dynamics in this space.

Key works: Workers; Experiences; Mundialization of capital; Productive Restructuring; Casas Bahia and Ponto Frio.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como objetivo refletir sobre as experiências dos trabalhadores das lojas Ponto Frio e Casas Bahia na cidade de Cascavel, Paraná. Para isso, procuro discutir as concepções e sentidos atribuídos aos processos de trabalho diante da reestruturação das grandes redes varejistas no contexto de mundialização do capital – originados por meio das fusões e aquisições presentes no setor. A intenção é compreender como os trabalhadores comerciais interpretam e vivenciam no chão da loja as mudanças em suas relações de trabalho com a fusão entre a primeira e a segunda maior loja varejista do país.

As operações de tipo fusões e aquisições vêm tendo um significativo crescimento no comércio brasileiro no último período. Entre os anos de 2002 e 2005, o Brasil teve a média de 384 transações/ano e, entre 2006 e 2009, a média subiu para 654. Em 2010, ocorreram 787 operações de fusões e aquisições, fechando com crescimento de 22% em relação ao ano de 2009 e recorde de transações anunciadas em único mês no país, sendo 89 somente no mês dezembro.¹ Em 2011, esse tipo de operação continua a crescer – dados da consultora KPMG registraram 817 fusões e aquisições envolvendo empresas brasileiras².

Esses números indicam um processo de reestruturação das grandes varejistas, o que é confirmado com a fusão da primeira e segunda maior rede do varejo de eletroeletrônicos e eletrodomésticos do país – respectivamente Casas Bahia e loja Ponto Frio – em junho de 2010. Esta fusão está ligada com outra negociação envolvendo o Grupo Pão de Açúcar. O Grupo comprou as lojas Ponto Frio, em 2009, com o objetivo de ampliar seu desempenho no varejo não-alimentício, onde atuava com a bandeira Extra Eletro. Com a fusão com as Casas Bahia, o Grupo Pão de Açúcar consolida a sua atuação no setor, tornando-se a maior empresa varejista do Brasil.

¹ Dados extraídos da pesquisa sobre fusões e aquisições da Pricewaterhouse Coopers, uma das mais importantes empresas no ramo de consultoria e auditoria para empresas, realizada em dezembro de 2010. Disponível on line em: <www.pwc.com.br/br> Acesso em: 15/06/2011.

² Dados extraídos: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?id=1212247>> Acesso em: 15/06/2011.

A união entre as Casas Bahia e o Grupo Pão de Açúcar (lojas Extra Eletro e Ponto Frio) representa a criação de um gigante no ramo. São 1015 lojas voltadas para o varejo de eletro-eletrônicos, presentes em 18 estados brasileiros (RS, SC, PR, SP, RJ, MG, ES, GO, MS, MT, BA, RN, AL, SE, PE, PB, CE e PI) e Distrito Federal, 43 centros de distribuição e três redes de vendas pela internet. Além de cerca de 70 mil funcionários e faturamento superior a 18 bilhões.³

Portanto, com esta transação entre os grupos, mais de 70 mil trabalhadores tiveram seu cotidiano de trabalho alterado. A análise desta pesquisa se propõe verificar como esses trabalhadores, por meio desse movimento de fusões e aquisições, experimentam e percebem essas transformações em suas rotinas. Ou seja, a partir dessa dinâmica a pesquisa tem como questão central analisar as relações tensas e em transformação, oriundas do processo de fusão.

Com o intuito de apreender as experiências dos trabalhadores comerciários em questão, a análise da presente pesquisa se concentra na cidade de Cascavel. Porém, o debate é significativo para a complexa análise sobre os arranjos capitalistas, visando maior produtividade e concentração do capital, e de como essas transformações marcam o modo de vida da classe trabalhadora, quando submetidas a uma dinâmica desigual e classista.

Para a melhor compreensão das relações de trabalho, transformadas a partir desta operação de fusão, torna-se necessário retomar elementos anteriores a esse processo. É sabido que a loja Ponto Frio se instalou na cidade de Cascavel no ano de 1992 e que a Casas Bahia iniciou suas atividades, nesta mesma cidade, apenas em 2000. Com isso, é imprescindível compreender como as relações de trabalho se manifestavam nos anos em que as duas empresas atuavam como concorrentes e quais os sentidos e práticas que os trabalhadores de tais lojas estabeleciam de acordo com suas relações de trabalho anteriores a fusão – evidenciando, assim, o modo como passaram a se relacionar após a junção em um único grupo. Por isso, é necessário abarcar todo o período considerado entre 1992 e 2011 – ano em que se conclui a fusão.

³ As redes de venda via internet seriam as chamadas lojas pontocom. Os canais de venda que atuam são: <www.casasbahia.com.br>; <www.pontofrio.com.br>; <www.extra.com.br>.

Porém, por vezes, foi necessário retroceder a esse recorte temporal, tendo em vista que parte das concepções que os trabalhadores atribuem às suas atividades são construídas tendo em vista suas trajetórias de vida e trabalho, que excede este período.

O fato das lojas Ponto Frio e Casas Bahia estarem localizadas uma ao lado da outra na cidade de Cascavel facilitou a pesquisa e contribuiu para que o processo de fusão gerasse uma maior expectativa em relação às mudanças na organização do trabalho, tanto para os trabalhadores como para os clientes. Em um caso indicativo destas expectativas, segundo a narrativa de uma ex-funcionária das Casas Bahia, muitos clientes lhe perguntavam se poderiam adquirir mercadorias da loja Ponto Frio nas Casas Bahia, já que as duas lojas haviam se fundido. Além de poder identificar como os trabalhadores percebem e atuam sobre a organização do trabalho na loja e as estratégias da empresa para explorar sua força de trabalho, a proximidade das mesmas permitiu, também, explorar quais as avaliações e concepções que se estabelecem em relação às lojas que anteriormente eram tidas como concorrentes.

Para alcançar os objetivos propostos pela pesquisa e identificar quais as concepções que os trabalhadores comerciais atribuem ao seu trabalho e sua própria vida, foi desenvolvido um questionário com 30 perguntas, que variavam desde idade, estado civil, escolaridade, perspectivas sobre vida profissional, impressões sobre o emprego e o mundo do trabalho. A maioria das perguntas tinha múltiplas opções, método privilegiado pelo pouco tempo que os trabalhadores têm para responder as indagações. Uma das questões propunha aos entrevistados uma avaliação sobre seu trabalho. A intenção foi que os trabalhadores indicassem livremente os pontos positivos e negativos de suas atividades, sem nenhum direcionamento da pesquisa.

No início, o questionário foi elaborado com 60 perguntas. Contudo, devido a exigência de prévia autorização da gerência das lojas Ponto Frio e Casas Bahia para a aplicação do mesmo, optou-se pela redução e retirada de perguntas com caráter mais crítico em relação ao trabalho e organização nas lojas. Infelizmente, somente a loja Ponto Frio autorizou a aplicação do questionário com os trabalhadores. A gerência das Casas Bahia justificou sua negativa de acordo com a política da

empresa, que, segundo ela, não repassa nenhum dado referente à loja sem a autorização do setor responsável pela mídia da empresa. Para conseguir essa licença, o projeto de pesquisa deveria ser enviado para São Paulo e submetido a uma análise do departamento de mídia – mesmo com o argumento de que o questionário estava voltado para as concepções dos trabalhadores a respeito de sua vida e trabalho e não sobre a loja em si. Este fato comprometeu não somente a obtenção de mais dados sobre os trabalhadores da Casas Bahia, mas também a produção de uma comparação com os trabalhadores da loja Ponto Frio.

Porém, a redução da o questionário e priorização por perguntas com múltiplas escolhas em detrimento de perguntas dissertativas acabou favorecendo, de certa forma, a pesquisa – já que esse novo formato, mais acessível ao trabalhador, fez com que, quase todos os funcionários que estavam na loja Ponto Frio, o respondessem. Importante ressaltar que a maioria dos trabalhadores, ao receber o questionário, indagava se seu preenchimento exigia um longo período. Talvez o formato inicial, mais extenso, pudesse inibir a participação dos trabalhadores.

Ao longo da pesquisa, também foram produzidas 16 entrevistas com os trabalhadores em questão. Nove entrevistas realizadas com funcionários das Casas Bahia e sete com trabalhadores da loja Ponto Frio. As entrevistas foram as principais fontes da pesquisa, já que permitiram dar visibilidade as disputas no processo de trabalho, tendo os trabalhadores como protagonistas destes embates.

O período de elaboração das entrevistas ocorreu entre julho de 2010 a setembro de 2011. O questionário foi o principal meio utilizado para estabelecer contato com os trabalhadores. Além disso, Neuza, uma trabalhadora da loja Ponto Frio, está cursando a graduação em História e contribuiu com a permanência da pesquisadora na loja – evitando, assim, algum tipo restrição da gerência. Neuza é líder de vendas e subgerente na rede, condição que facilitou, ainda mais, a produção das entrevistas com os trabalhadores das lojas Ponto Frio. Todas as entrevistas com os trabalhadores desta loja foram realizadas no próprio local do trabalho – por opção dos trabalhadores. Era mais fácil para os funcionários realizarem as entrevistas na loja, devido aos inúmeros compromissos que possuem após cumprirem o expediente – como estudo e cuidado com os filhos.

O contato com os trabalhadores das Casas Bahia se deu a partir dos trabalhadores da loja Ponto Frio, coincidentemente pelo processo de fusão das duas lojas. Neuza, subgerente na loja Ponto Frio, apresentou o encarregado de vendas das Casas Bahia da região sul, Roberson Justino, que também foi entrevistado e conversou com o gerente da filial de Cascavel para que autorizasse a produção de entrevistas com alguns funcionários. A partir da autorização da entrada na loja e abordagem dos trabalhadores, a pesquisadora foi bem recepcionada, não recebendo recusas em conceder as entrevistas. Estas também foram realizadas no local de trabalho, por situação idêntica a dos trabalhadores da loja Ponto Frio. Somente uma entrevista, com uma ex-funcionária das Casas Bahia, foi realizada em sua casa, a pedido da trabalhadora.

O próprio processo de construção das entrevistas foi uma evidência da realidade vivida por esses trabalhadores – a falta de tempo para realizar suas atividades como estudar e cuidar de sua família. Em vários momentos das entrevistas, os trabalhadores tiveram a necessidade de interrompê-la para resolver algum problema ou atender clientes na loja – não conseguindo parar por alguns minutos.

As entrevistas não seguiram um roteiro rígido, em geral partiram da trajetória ocupacional do trabalhador, com perguntas como: “quanto tempo você está trabalhando na loja”, “quantos anos está no comércio” – sempre respeitando o que os trabalhadores achavam importante ser dito.

Foi realizada também uma entrevista com Paulo Moraes, presidente do Sindicato dos Trabalhadores no Comércio de Cascavel e Região (SINDECCASCAVEL), com objetivo de ter conhecimento a respeito dos pontos de pauta de reivindicação da categoria, da avaliação do sindicato a respeito das condições de trabalho no setor de comércio e quais as implicações que esse processo de monopolização no setor (como a fusão das lojas Ponto Frio e Casas Bahia) pode trazer para o comércio da cidade.

Dentre as pesquisas que se debruçaram sobre os trabalhadores comerciais e que demonstraram as disputas e transformações no comércio varejista, pode-se destacar a dissertação de Maralice Maschio, “Experiências dos trabalhadores das Lojas Pernambucanas no contexto da reestruturação produtiva (1970-2000)” e a

dissertação de Luzimar Barreto França Júnior, “Trabalho e reestruturação produtiva na rede Carrefour: uma análise crítica.”⁴

A pesquisa de Maschio (2008) tem como objetivo refletir sobre as concepções e experiências dos funcionários das lojas Pernambucanas da cidade de Marechal Cândido Rondon, demonstrando como esses trabalhadores interpretam, vivenciam e produzem dinâmicas no processo que se convencionou chamar de “reestruturação produtiva”. Para a autora, esses trabalhadores disputam os sentidos da história no chão da loja, sendo estes, sujeitos da história, muitas vezes se adaptando, transformando e resistindo às pressões existentes no cotidiano do trabalho.

Nessa direção, é preciso reconhecer que não existem relações de dominação plenas, existe um jogo onde as regras são disputadas em meio a constantes pressões dos trabalhadores. Os sujeitos não são, portanto, vítimas da intensidade ideológica do capital, mas sujeitos que interferem no próprio “jogo”, ditando dinâmicas, desenvolvendo sentidos, aprendizados e valores sobre o seu próprio trabalho, o capital e seus agentes. [...] Entender os trabalhadores não como vítimas do capital e sim como sujeitos que interferem no “jogo produtivo” significa analisar e interpretar a realidade não a partir da lógica histórica construída exclusivamente pelo capital, mas como sugeriu Marx, pelas lutas de classe, que nada mais são do que os movimentos do capital. (MASCHIO, 2008, p.18).

Nesta mesma perspectiva de análise, que compreende a classe trabalhadora enquanto sujeito da história e não apenas como vítima do capital – buscando privilegiar as suas trajetórias de vida e trabalho – a pesquisa de França Júnior (2010) se debruça sobre as transformações nas trajetórias dos trabalhadores do Carrefour, diante do processo acentuado de reestruturação organizacional que as grandes redes varejistas vêm passando.

Este trabalho visa compreender o processo de reestruturação das grandes redes varejistas ocorrido desde a última década do século passado, os seus reflexos no processo de trabalho junto aos trabalhadores destas redes [...]. Fenômenos já verificados em outros setores, tais como a reestruturação capitalista, a precarização das

⁴ MASCHIO, Maralice. **Experiências dos trabalhadores das Lojas Pernambucanas no contexto da reestruturação produtiva (1970-2000)**. 2008. 229 p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em História. Universidade Estadual do Oeste do Paraná. FRANÇA JÚNIOR, LUZIMAR BARRETO. **Trabalho e reestruturação na Rede Carrefour: Uma análise crítica**. 2010. 193 p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Universidade Estadual Paulista.

condições de trabalho, monopolização/oligopolização, entre outros, ganham novos contornos quando relacionados ao universo dos trabalhadores comerciários das grandes varejistas. (FRANÇA JÚNIOR, 2010, p.09).

Ambas as pesquisas destacam a necessidade de se observar as mudanças no mundo do trabalho e as diversas “reestruturações produtivas” empreendidas pelo capital, a partir das interpretações dos trabalhadores que as vivenciam. As diversas pressões expressas pelo capital em um processo de organização e desorganização do trabalho só adquirem melhor compreensão a partir das experiências concretas. O medo do desemprego, a flexibilização e precarização do trabalho, adquirem novos contornos se submetidos a essas experiências.

Edmundo Dias (1998) critica a noção de “reestruturação produtiva” – amplamente difundida na sociologia do trabalho por meio de nomes como Ricardo Antunes (1995, 2005) e Giovanni Alves (1999, 2000) –, se percebida unicamente como uma imposição já efetivada pelo capital. Para Dias, as transformações no mundo do trabalho pensadas por parte do capital e seus agentes, são tentativas que podem ou não se impor, através do embate entre as classes e a partir das relações de força vividas entre elas.

Para Raymond Williams (1989), nenhum conceito pode dar conta de compreender e avaliar a realidade se partirmos de uma análise formal, distanciando-se assim, dos diversos embates e choques que constituem os processos históricos. As mudanças no mundo do trabalho não podem ser discutidas sem os sujeitos que vivenciam tais processos, ou seja, os trabalhadores.

Portanto, o processo de fusão das lojas Ponto Frio e Casas Bahia será discutido através das experiências dos trabalhadores. As mudanças no mundo do trabalho, a partir das transformações advindas deste processo, serão observadas de acordo com a perspectiva de trabalhadores que as vivenciam em seu cotidiano – nas lojas Casas Bahia e Ponto Frio. O medo do desemprego, do fechamento de postos e uma nova forma de organização do trabalho, assumem novos contornos quando submetidos à realidade vivida.

A experiência da classe trabalhadora é um assunto de amplo interesse, seja ele de caráter histórico ou sociológico. De acordo com Edward P. Thompson (1987), se debruçar nas experiências de vida e trabalho desses sujeitos é aprofundar a

reflexão, pensando um horizonte do conhecimento histórico que incorpora as experiências humanas enquanto um processo dinâmico. A classe aconteceria na identificação de interesses, que colidem com outro grupo com interesses opostos aos seus.

A classe acontece quando alguns homens, como resultado de experiências comuns (herdadas ou partilhadas), sentem e articulam as identidades de seus interesses entre si, e contra os outros homens cujos interesses diferem (e geralmente se opõem) aos seus. A experiência de classe é determinada, em grande medida, pelas relações de produção em que os homens nasceram ou – entraram involuntariamente. A consciência de classe é a forma como essas experiências são tratadas em termos culturais: encarnadas em tradições, sistemas de valores, idéias e formas institucionais. Se a experiência aparece como determinada, o mesmo não ocorre com a consciência de classe. Podemos ver uma lógica de reações de grupos profissionais semelhantes que vivem experiências parecidas, mas não podemos predicar nenhuma lei. A consciência de classe aparece da mesma forma em tempos e lugares diferentes, mas nunca exatamente da mesma forma. (THOMPSON, 1987, p10).

Na perspectiva de análise do autor, é possível encontrar sujeitos sociais não apenas como resultado de uma dada realidade – de uma forma mecânica –, mas também como pessoas que improvisam e forjam saídas para os diversos conflitos sociais existentes, ora resistindo, ora se subordinando, fazendo com que sua experiência seja pensada em uma esfera de luta e conflito.

As pessoas não experimentam sua própria experiência apenas como ideias, no âmbito do pensamento e de seus procedimentos (...) elas também experimentam sua experiência como sentimentos e lidam com esses sentimentos na cultura, como normas, obrigações e valores, ou (através de formas mais elaboradas) na arte ou convicções religiosas. (THOMPSON, 1981, p.189).

Sendo assim, a partir do diálogo com as entrevistas realizadas com os trabalhadores, dos dados obtidos pelos questionários, entre outros materiais levantados para a pesquisa, leituras e sugestões propostos pelo orientador e pela banca de exame de qualificação, a dissertação foi organizada em três capítulos.

No primeiro capítulo, “Então, já estou começando a me espertar pra outras coisas, já deveria ter feito isso há muito tempo atrás”: trajetórias e expectativas de

vida dos trabalhadores comerciários em Cascavel” procuro problematizar, a partir das trajetórias ocupacionais dos trabalhadores das lojas Ponto Frio e Casas Bahia, as concepções que atribuem as suas relações de trabalho, seja legitimando ou contestando, identificando assim, como os trabalhadores constroem as suas referências e atribuem sentidos às suas experiências de vida e trabalho. Em base a essa análise, procuro também analisar as expectativas que esses trabalhadores projetam para o futuro.

Dialogando com as entrevistas e com o questionário aplicado com os trabalhadores e representante sindicais, assim como dados extraídos de órgãos como IPARDES, MTE, IBGE, procuro analisar no segundo capítulo, “Então, é um serviço que você se cobra bastante, se fosse pra ganhar pouco não compensa, né! Disputas e concepções do trabalhador comerciário sobre a organização e as relações de trabalho”, os diversos sentidos e práticas que os trabalhadores imprimem sobre a lógica do processo de trabalho, bem como as formas de exploração de trabalho empregada pelas empresas, em uma esfera de disputa cotidiana entre capital e trabalho no chão da loja.

No terceiro capítulo “Você começou a fazer parte do maior grupo da América Latina”: as pressões e os significados para os trabalhadores comerciários sobre fusão das Casas Bahia e loja Ponto Frio e a mundialização do capital”, procurei – a partir das entrevistas com os trabalhadores – discutir os olhares e pressões que os trabalhadores vivenciam sobre as mudanças na organização e nas relações de trabalho com a fusão das duas lojas e concentração de capitais no setor, tendência manifesta no desenvolvimento do capitalismo em sua fase monopolista que já provocava reflexões em Karl Marx e Vladimir Lênin.

CAPÍTULO 1. “ENTÃO, JÁ ESTOU COMEÇANDO A ME ESPERTAR PRA OUTRAS COISAS, JÁ DEVERIA TER FEITO ISSO HÁ MUITO TEMPO ATRÁS”: TRAJETÓRIAS E EXPECTATIVAS DE VIDA DOS TRABALHADORES COMERCÍARIOS EM CASCAVEL

1.1 TRAJETÓRIAS OCUPACIONAIS: A SOBREVIVÊNCIA PELO TRABALHO

Ao dialogar com os trabalhadores das lojas Ponto Frio e Casas Bahia da cidade de Cascavel, Paraná, logo de início uma questão chamou a atenção da pesquisa. O que se pode observar é que, na avaliação da maioria dos entrevistados, a loja Ponto Frio e, principalmente, as Casas Bahia são consideradas como os melhores lugares em que já trabalharam – tanto em relação à remuneração recebida quanto a respeito das condições de trabalho.

Os questionamentos suscitados por essa “avaliação positiva” atribuída ao trabalho nas lojas Ponto Frio e Casas Bahia fez com que a pesquisa caminhasse no sentido de tentar compreender como essas percepções foram construídas pelos trabalhadores, quais as referências apontadas por eles e os limites dessas percepções.

Uma das alternativas possíveis que a pesquisa identificou como oportuna para dar conta dessa questão foi discutir as trajetórias de vida e os meios de sobrevivência desses trabalhadores. Possibilidade que segue direção semelhante trilhada por Maralice Maschio, ao se deparar com o mesmo “problema” de pesquisa sobre as experiências dos trabalhadores das lojas Pernambucanas, na cidade de Marechal Candido Rondon, Paraná – onde, de forma análoga, o trabalho na referida loja foi avaliado como “bom”.

A partir das narrativas desses trabalhadores, a autora identificou uma série de elementos de suas trajetórias ocupacionais que contribuíram para que eles construíssem um sentido positivo para a atividade desempenhada na loja. Como por exemplo, ter se submetido a trabalhos com remuneração inferior, piores condições de trabalho e menores possibilidades de crescimento dentro da empresa em que

trabalhavam. Realidade muito próxima à vivida pelos trabalhadores das lojas Ponto Frio e Casas Bahia.

Dentre os entrevistados, a grande maioria executou tarefas consideradas hierarquicamente abaixo da que executam na empresa, isto seja em relação ao salário, de reconhecimento do local de trabalho, de possibilidade de crescimento, atividades desprovidas de seguridade, de legislação trabalhista, amparo legal, precárias, etc. Isto faz com que a grande maioria veja na sua atual função a melhor exercida até então e, também, uma oportunidade de crescimento profissional. As entrevistadas ajudam na compreensão de que o valor que os trabalhadores atribuem ao seu trabalho faz com que as Pernambucanas implantem determinadas concepções morais sobre o trabalho, que expressam valores enraizados na vida dos trabalhadores, tais como o trabalho honesto, produtivo e que garanta melhorias em suas condições de vida. (MASCHIO, 2008, p.111).

Portanto, o objetivo proposto pela pesquisa foi buscar compreender quem são os trabalhadores dessas lojas e de onde eles vêm. Analisando, para isso, as suas inserções no mercado de trabalho, como foram trabalhar no setor do comércio e de que forma chegaram até as lojas Ponto Frio e Casas Bahia. Bem como, as referências que elaboram por meio de suas experiências de vida e de trabalho, como experimentaram e experimentam as transformações produtivas do último período e quais os significados que atribuem ao trabalho.

A pesquisa busca discutir os olhares que esses trabalhadores apresentam – suas vidas, suas atividades, a empresa e função que desempenham – tentando compreender o significado do trabalho em suas vidas e quais os sentidos e valores que atribuem a ele ao longo de sua trajetória. Além de perceber um embate de classes, que às vezes assume forma de resistência ou de aceitação, mas sempre constante na disputa entre capital e trabalho.

Uma das fontes que a pesquisa utilizou foi um questionário respondido pelos trabalhadores da loja Ponto Frio. Como já exposto anteriormente, a Casas Bahia não permitiu a aplicação do questionário. A percepção “positiva” sobre o trabalho na loja Ponto Frio ficou expressa no questionário – sendo que dos 15 trabalhadores que responderam, 13 assinalaram que consideram o seu emprego atual melhor que o anterior. Ressaltando, novamente, a necessidade de compreender os motivos e de

que forma esse trabalho na loja aparece como “melhor” do que os anteriores e até que ponto eles percebem que esse trabalho é melhor.

Nas entrevistas, muitas das falas dos trabalhadores da loja Ponto Frio se assemelham a dos trabalhadores das Casas Bahia. Porém, nestes últimos o tom positivo é ainda mais acentuado, pois o que se percebe é que trabalhar nas Casas Bahia seria “ainda melhor” do que trabalhar na loja Ponto Frio.

A trajetória ocupacional desses trabalhadores está intimamente ligada ao significado que atribuem ao seu trabalho, no sentido de ser um dos pontos de referência em que o trabalhador se baseia para construir uma avaliação sobre sua condição de vida e trabalho atual. As semelhanças entre as narrativas dos trabalhadores a respeito dessas trajetórias podem ser consideradas como um indício da realidade enfrentada nas relações de trabalho na sociedade capitalista pela classe trabalhadora, mais especificamente, o trabalhador comerciário. A precariedade nas suas mais diversas formas como o trabalho temporário, informalidade, rotatividade – entre outras características que o trabalho assume no modo de produção capitalista – fazem parte do cotidiano desses trabalhadores.

Sobre a rotatividade da força de trabalho, característica significativa ao se tratar do setor comerciário, foi possível observá-la nas narrativas dos trabalhadores.⁵ A rotatividade da mão de obra no mercado de trabalho é um fenômeno histórico que marca tanto a busca por melhores condições de vida e trabalho pelos trabalhadores, mediados pelas expectativas e pelos projetos de vida formulados, quanto pela pressão do mercado, ou seja, dos interesses do capital. Porém, pela falta de dados exatos que possam contribuir para uma avaliação mais concreta sobre essa questão nas filias das lojas Ponto Frio e Casas Bahia, o que parece razoável indicar é que nessas lojas a rotatividade não parece ser tão significativa.

A trajetória de Adriano Schuh traz alguns elementos sobre as condições de trabalho vivenciadas pelos trabalhadores. Na sua trajetória ocupacional, a

⁵ A partir das entrevistas com os trabalhadores e dos dados do IPARDES/MTE pode-se perceber algumas questões a respeito da rotatividade no comércio varejista de Cascavel: no ano de 2011 a função de “vendedor varejista” está em 2º lugar entre as funções que mais contrataram (2698) e que mais demitiram (2673). A rotatividade entre admitidos (2968) e desligado é de cerca de 90%. Porém, detalhando esses dados, se percebe que a maioria (87%) dos admitidos são trabalhadores do próprio comércio, reemprego (2593). O primeiro emprego corresponde somente a 12% (374). Em relação aos desligamentos (2673), 50% foram dispensados sem justa causa (1339), 35% a pedido do trabalhador (956). Término do contrato de trabalho corresponde a 13% (350).

rotatividade de postos de trabalho é significativa. Adriano é natural de Montenegro, no Rio Grande do Sul, mora há quatro anos em Cascavel e trabalha como vendedor na loja Ponto Frio há três meses, no setor de linha branca (eletrodomésticos) ⁶. Além da rotatividade, o que se pode observar também são deslocamentos (seu e de sua família) em busca de melhores condições de vida e trabalho.

Adriano: Vão fazer quatro anos que eu estou em Cascavel (...) Na verdade, eu não vim pra Cascavel, na verdade a gente veio botar um posto de gasolina ali na em Catanduvas, na entrada da Cidade, mas ficamos só seis meses ali, fechou, aí eu tinha alguns amigos aqui, daí... Não deu muito certo não... Foi aonde que eu vim pra Cascavel... Daí eu tava aqui, conheci Cascavel, o pessoal falou que era muito bom de emprego, daí fui ficando... Daí eu comecei na (Super) Pérola, daí eu fiquei uns meses lá, na Pérola que era final de ano, né. Daí eu comecei a trabalhar na RGA Distribuidora. Na RGA Distribuidora eu fiquei quase dois anos, trabalhei pra Rede Muffatto e depois na BJ (Santos). Sempre trabalhei no comércio, trabalhei como vendedor praticista muito tempo... Representante comercial... Viajar bastante tempo, no comércio eu devo ter uns oito anos, por aí... Mas de representante praticista, uns doze anos... Independente do segmento, sempre com vendas... Trabalhei também na Herval, trabalhei na Colombo, mas trabalhei na Autocenter, linha de pneus, Autocenter, geometria e balanceamento, e agora tô na Ponto Frio. Aí, trabalhei em outras empresas que não são tão grandes. Quando eu cheguei em Cascavel eu trabalhei na Pérola, Super Peróla e também de representante comercial, mas a maioria das representações eu não tinha vínculo empregatício. (SCHUH, Adriano, 2011).⁷⁸

Adriano não veio para a cidade de Cascavel no primeiro momento, mas sim para uma cidade próxima, Catanduvas, Paraná. Sua trajetória indica uma constante busca por melhores condições de vida e trabalho, além de diversas ocupações em um curto período de tempo. Primeiramente, a fala do entrevistado expõe os motivos que fizeram com que saísse da cidade de Montenegro para Catanduvas. A tentativa de ter um próprio negócio “pra colocar o posto, pra abrir um negócio próprio... ia ser mais interessante né, não que fosse lá meu, eu era sócio, eu acho que assim, tudo o que você fizer pra você é melhor né...”.

⁶ O esclarecimento sobre a divisão em linhas da loja Ponto Frio e também Casas Bahia, será explorada no capítulo 2 desta dissertação, onde é discutida a organização do trabalho nas lojas.

⁷ Adriano Schuh é natural do Rio Grande do Sul e trabalha na loja Ponto Frio como vendedor. Exerceu a função de vendedor autônomo por doze anos. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho.

⁸ A lista completa de referência das entrevistas está no item “Fontes”.

Como a iniciativa de ter um negócio próprio – mesmo sendo sócio, ele estaria fazendo “para ele”, ou seja, para seu próprio lucro e não para outra pessoa (patrão) – não foi bem sucedida. Adriano se mudou para a cidade de Cascavel em busca de melhores oportunidades de emprego, já que, segundo seus amigos, Cascavel seria uma cidade com boas possibilidades. Esta afirmação pode ter explicação no fato de Cascavel ser uma das maiores cidades da região Oeste do Paraná e por isso ter um mercado de trabalho mais amplo.

Em quatro anos que mora na cidade, o entrevistado retrata uma série de lojas em que já trabalhou: Super Pérola, loja local de móveis e eletrodomésticos, como vendedor temporário; RGA Distribuidora Cultural, também como vendedor; Rede Muffatto, atacadista e varejista de comércio alimentício (hiper e supermercados); BJ Santos, rede de lojas varejistas de eletroeletrônicos e eletrodomésticos. Em quatro anos, Adriano já trabalhou em quatro empresas no comércio da cidade, todas exercendo a função de vendedor. Esse fato parece indicar que a rotatividade em sua trajetória ocupacional teria o sentido mais de busca por melhores condições de vida e trabalho, do que uma rotatividade imposta pelo mercado.

Adriano dá indícios em sua narrativa que essa dinâmica de rotatividade de postos de trabalho não se deu somente a partir de sua mudança para a cidade de Cascavel, mas também no Rio Grande do Sul, ao narrar algumas experiências de trabalho no comércio gaúcho, como por exemplo, na rede de eletrodomésticos e eletroeletrônicos Colombo e na *homecenter* Herval.

O vínculo de trabalho ainda mais precarizado, representado pela modalidade de temporário, também é uma realidade em sua experiência. Porém, é a informalidade que representa a maior parte das suas atividades. “No comércio eu devo ter uns oito anos, por aí... mas de representante praticista uns 12 anos”. A atividade de vendedor autônomo, ou seja, sem vínculo trabalhista, é realizada tanto no Rio Grande do Sul como quando se mudou para o Paraná. Em sua narrativa, ressalta a intenção de procurar empregos com vínculos empregatícios formais:

Karen: E você passou a procurar emprego com vínculo empregatício?

Adriano: Ah, não tinha vínculo, vendedor autônomo. Um diferencial que eu busquei foi o vínculo empregatício, com certeza, se bem que

hoje tá fácil né. Você pode ser vendedor, abrir uma micro empresa e ter os mesmos direitos...

Karen: Mas mesmo assim, você achou mais vantagem trabalhar de carteira assinada?

Adriano: Com certeza... Férias, assistência médica, benefícios que os caras dão pra tua família, tem que pensar hoje em dia né... É mais seguro também né... Segurança... Entrar em um grupo grande, reconhecido te dá mais segurança, você fazer parte de uma família grande... E tem plano de carreira sabe, pode não ser aqui, mas assim, se chegarem e falarem assim, “precisamos de um cara, que tenha esse perfil, que tem que ir lá pro Rio de Janeiro, você tem coragem de ir?”, ótimo eu vou, se eu não tiver outro vai. (SCHUH, Adriano, 2011).

A experiência de trabalho como vendedor autônomo, representante comercial sem vínculo empregatício – na busca por uma maior segurança nas suas relações de trabalho – fez com que Adriano buscasse empregos com carteira assinada, já que, segundo sua narrativa, a informalidade sempre esteve presente na sua trajetória de trabalho – sendo intermediada por momentos de emprego formal.

Mesmo que em sua fala aponte uma possível facilidade, nos dias atuais, de garantir uma seguridade social através da abertura de uma microempresa, ainda assim, acha vantagem em trabalhar de carteira assinada. Pela “segurança” que isso representa, não só para o entrevistado, mas para a sua família, com a assistência médica e outros benefícios. Ademais, as dificuldades de sobrevivência de uma microempresa no atual modelo capitalista, em que há prevalência dos interesses dos grandes grupos empresariais. Até por que, ao abrir uma microempresa, o trabalhador é responsável pelos encargos e tributos referentes à segurança social que Adriano pontua.

Porém, essa segurança não é garantida somente pela carteira assinada, mas também por outros fatores, como, por exemplo, trabalhar em uma empresa sólida e reconhecida. “Uma família grande”, que possa garantir para o funcionário, por exemplo, um plano de carreira. Ou seja, o trabalhador também se utiliza das oportunidades no jogo das relações de trabalho.

Interessante notar que, para Adriano, um trabalhador que tem sua história marcada por mudanças entre cidades e estados em busca de melhores oportunidades de emprego, a possibilidade de ter que se mudar novamente não está descartada. Perceber que existe um “exército de reserva” o pressiona na tomada de

decisões. Já que, no caso de recusar uma transferência “solicitada” pela empresa, o “outro vai” – podendo vir a ser uma melhor oportunidade de trabalho ou do próprio posto de trabalho.

A criação desse exército de reserva é indispensável para o modo de produção capitalista e a acumulação do capital. Sua funcionalidade está vinculada a pressão exercida sobre a classe trabalhadora, para que oferte sua força de trabalho por valor abaixo de sua reprodução ou se submetendo a necessidade do capital de almejar uma mão de obra cada vez mais flexível e disponível.

A ausência de um plano de carreira que lhe proporcionasse melhores condições de trabalho foi um dos pontos que o motivaram a sair da BJ Santos e que percebesse na loja Ponto Frio uma melhor oportunidade de emprego. Para Adriano, a Ponto Frio lhe possibilitaria uma melhor oportunidade de “crescer” na empresa – por ser uma rede maior que a BJ Santos, pelo seu *mix*⁹ de produtos, circulação de clientes e melhores condições de negociação com os clientes na hora da venda.

Adriano: Eu deixei um currículo aqui há um ano... Um ano e pouco atrás, daí eu trabalhava na BJ Santos, eles me ligaram (Ponto Frio) perguntaram se eu estava trabalhando, eu falei que eu estava trabalhando, mas que mesmo assim eu gostaria de fazer a entrevista. Daí eu vim aqui fazer a entrevista, e fui lá pra BJ e saí... O gerente perguntou assim, se podia mandar meu currículo lá para a matriz, eu falei que sim, se eu estava “ok” para entrar na Ponto Frio, eu falei que eu ia sair da BJ de qualquer maneira, e daí graças a Deus deu tudo certo... Então, eu fiquei cinco meses lá (na BJ Santos)... Mas é uma empresa que não tem plano de carreira né, eu não via na BJ Santos uma possibilidade de crescer... Pra te falar a verdade, não tem ninguém na BJ Santos com plano de carreira fora os diretores. Muito complicado, bem mais difícil que aqui, negociação e tudo mais, *mix* de produtos... Aqui é bem mais interessante, uma empresa bem maior. Eles visam um plano de carreira, teu desempenho eles reconhecem... Comissão em si é o mesmo valor, o que diferencia a loja aqui é a circulação de clientes, o fluxo de clientes, é o que vai diferenciar aqui é as condições que tu pode oferecer, na negociação, tem um teto maior de negociação. Você consegue negociar com juros, parcelas, coisas assim... Tem uma autonomia melhor pra trabalhar... Pra mim é vantagem... O vendedor tem que ter condições maleáveis pra negociar, pra mexer... Você tendo essas condições, esses serviços, seja uma condição que você trabalha no preço a vista, parcelado, isso aí é bastante importante pra gente. (SCHUH, Adriano, 2011).

⁹ *Mix* de produtos é um termo utilizado no setor do comércio para nomear a diversidade de produtos e marcas que a empresa comercializa.

O que Adriano está indicando é que uma maior “autonomia” (dentro dos limites da empresa) na forma de negociação, descontos, parcelas, juros, maior quantidade de produtos para oferecer para os clientes, maior fluxo de clientes, é importante para o trabalhador na sua função de vendedor. Principalmente pelo fato de ser remunerado com base na produtividade sobre as vendas. Mesmo que a comissão da BJ Santos, da loja Ponto Frio e de praticamente de todas as lojas do ramo de eletrodomésticos e eletroeletrônicos sejam as mesmas (em torno 0,5% a 3%), esses pontos ressaltados como diferenciais da Ponto Frio poderiam trazer melhores possibilidades de vendas e, conseqüentemente, um salário maior no final do mês. Acrescentando a isso, o plano de carreira que percebe no seu emprego atual e não no anterior, faz com que Adriano justifique a avaliação positiva que faz do seu trabalho presente.

Portanto, a partir de sua trajetória de vida e trabalho (marcada pela rotatividade de postos de trabalho, deslocamentos), o entrevistado estabelece uma comparação e considera a loja Ponto Frio como um bom local para se trabalhar, ressaltando uma série de elementos desde salário, benefícios, seguridade social, “autonomia”, plano de carreira. No entanto, a necessidade do trabalho faz com que o entrevistado (e a classe trabalhadora) se sujeite em diversos momentos a alcançar metas impostas pela loja, alta produtividade e longas jornadas de trabalho. Contudo, a situação também demonstra que o trabalhador se articula de uma forma em que possa tirar o melhor proveito possível.

Com uma perspectiva diferente do que significa o trabalho na loja Ponto Frio, mas com uma trajetória ocupacional semelhante pela rotatividade de postos de trabalho e também deslocamentos em busca de melhores condições de vida, Samuel Caetano é vendedor na Ponto Frio no setor de linha marrom (eletroeletrônicos) há quatro meses. O entrevistado tem uma considerável experiência no comércio, cerca de onze anos, e já passou por várias lojas, tanto na cidade de Cascavel como em Curitiba.

Samuel: Aqui na loja fazem... Vai fazer quatro meses... Sempre trabalhei no comércio... Faz mais ou menos uns onze anos que trabalho de vendedor... Em outras lojas né... Trabalhei na Colombo,

no Magazine Luiza, nas Casas Bahia... Trabalhei na Supermóveis, foi o meu início assim, mas fechou... Ali foi a primeira né, a primeira loja que eu trabalhei foi ali... Mas era mais uma escolinha mesmo... Era pra aprender... E... É isso aí, fazem uns onze anos que eu tô de vendedor... Trabalhei nas Casas Bahia, não aqui, trabalhei em Curitiba... Ah, eu estava em Curitiba recentemente... Eu trabalhei no Portão, no Shopping Palladium... Eu fiquei uns dois anos lá em Curitiba... Eu voltei agora, eu voltei em dezembro... Por que assim, eu fui mais assim... Pra me aventurar, eu tava assim... Meio de saco cheio daqui, da minha área também... É muito chato o comércio aqui... Lá o povo tem mais poder de compra, ganha mais... O custo de vida é maior, mas o povo em si, ganha mais, e se economiza pode gastar em outras coisas... E lá também eu percebi que o povo é mais consumista, aqui as pessoas compram só quando tem necessidade mesmo, tá quebrando o negócio lá, aí compra... Lá não, o povo é mais consumista, não tem dó de gastar mesmo... Nossa eu ganhava super lá... Sério, super bem, ganhava muito bem lá... Mudei de vida, nossa... Em dois anos lá, eu comprei um carro, mobiliei uma casa, só voltei mesmo por que minha família é daqui, parente tudo aqui... Aí fiquei meio isolado lá né... Ainda mais o povo, fechado pra caramba... E daí eu resolvi “voltá”... Mas as oportunidades lá são melhores... Mas aí complica né... Eu fiquei meio isolado lá... Mas é uma cidade muito legal, têm muitas opções de lazer, eu gosto muito de praia, aí é perto... Final de semana ia pra praia... Só aguentei ficar dois anos lá, por que eu tinha um primo... Mas aqui, o povo é mais simples assim, você se aproxima mais facilmente. (CAETANO, Samuel, 2011).¹⁰

Samuel, em onze anos de comércio, já trabalhou em praticamente todas as principais redes de varejo de eletroeletrônicos: Ponto Frio, seu emprego atual, Magazine Luiza e nas Casas Bahia, quando foi para Curitiba. Com exceção das grandes redes, também trabalhou em lojas menores. Diferentemente de Adriano, Samuel ao narrar sua vida profissional, não indica períodos de trabalho informal.

Parece possível apontar, na trajetória ocupacional de Samuel, certa rotatividade de postos de trabalho, todos na área do comércio. Porém, dentro do próprio setor, o entrevistado indica algumas diferenças, como as perspectivas de trabalhar no comércio de Cascavel e no comércio de Curitiba, as distinções do trabalho em uma loja de rua e em uma loja de shopping.

O que se pode perceber a partir da narrativa de Samuel, é que mesmo na dinâmica globalizada capitalista que vivemos, ao trabalhar em uma loja em Curitiba

¹⁰ Samuel Caetano Trabalha na Ponto Frio como vendedor do setor de eletrônicos. Trabalhou nas Casas Bahia na cidade de Curitiba – PR. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho.

e em Cascavel e indicar as diferenças e possibilidades de trabalho e vida nestas duas cidades, significa que mesmo diante das relações mais amplas do capitalismo serão sobre essas especificidades que se dão as confrontações de classe.

Para Samuel, trabalhar em Curitiba significou uma melhoria na sua condição de vida, conseguiu mobiliar uma casa e adquirir um carro. Em sua análise, isso seria fruto do melhor poder aquisitivo da população da capital e de um “consumismo” curitibano, diferente do cascavelense – este, que compra mais por necessidade de um novo produto para substituir um antigo, que não tem mais condições de uso. Para quem trabalha por comissão, seguindo a lógica de “quanto mais vender, mais você recebe” – característico dos espaços que trabalham por produtividade – isso significou melhorias salariais que lhe possibilitaram melhores condições materiais. Porém, essas melhorias não justificaram o afastamento da família e o isolamento que vivia em Curitiba, motivos que o fizeram optar por voltar para Cascavel.

Uma questão que tem especial relevância na narrativa de Samuel, passa pelo campo da subjetividade, questão cara ao se trabalhar com fonte oral. O entrevistado parece construir uma imagem nostálgica da cidade de Curitiba em comparação com Cascavel. Somente uma pesquisa quantitativa poderia avaliar e estabelecer uma comparação sobre o consumismo entre as duas cidades. Porém, o estado de ânimo que é difícil dimensionar ou mensurar, mas que parece permear o modo como Samuel constrói a sua interpretação e atribui significado a sua própria experiência. A “aventura” da mudança para a Capital, os benefícios materiais, as possibilidades que a cidade o propiciava, em contrapartida o isolamento, a pressão familiar e a necessidade de convívio com esses familiares, a volta para Cascavel em trabalho que está descontente são elementos que parecem levar Samuel construir essa imagem com um sentimento nostálgico de sua experiência. Alessandro Portelli (1996, p 60) afirma que “a motivação para narrar consiste precisamente em expressar o significado da experiência através dos fatos: recordar e contar já é *interpretar*.”

Mesmo que Samuel atribua sua mudança para a Curitiba como uma “aventura”, a sua condição de classe fica expressa pela necessidade da sobrevivência pelo trabalho. Interessante notar, em sua narrativa, que o trabalhador pontua que estava de “saco cheio” da cidade de Cascavel e também de sua “área”,

o comércio. Porém, em sua entrevista não expressa nenhuma tentativa de sair do comércio, tanto que quando chega em Curitiba procura emprego na mesma área.

Samuel: Então, quando eu entrei lá, eu entrei numa rede de lá, a Multilojas... É uma rede pequeninha, deve ter umas quinze lojas só... Acho que eu nem fiquei nem a experiência lá... Fiquei uns dois meses e pouco... E já apareceu a oportunidade de entrar na Bahia... Eu pedi as contas e fui... Indicação... (risos). Nas Casas Bahia só entram com indicação... Não adianta levar currículo, inclusive eu já tinha levado... Quando eu cheguei lá eu levei um currículo, conversei com o mesmo gerente que me contratou depois... Fiquei de cara, conversei com ele, entreguei na mão dele o currículo, e meu currículo era muito bom... Eu tinha quatro anos de Colombo... Eu tinha trabalhado quatro anos na Colombo, e a Colombo é uma loja muito difícil de trabalhar, por que tem que vender consórcio... Não para ninguém ali naquela loja... É muito exigido, é muito cobrado... Então entende... Quem trabalhou lá, quem trabalhou numa loja dessa é preparado para trabalhar em qualquer outra loja então, nossa... Eu tinha um currículo muito bom e simplesmente foi ignorado né... Aí depois, com a indicação foi diferente... Fui lá, falei com o mesmo gerente... Daí eu entrei... Daí eu queria ser transferido, daí fui pro Jardim das Américas (Shopping em Curitiba) né, mas sempre shopping, mas shopping você sabe, é sempre um saco... Começa uma hora da tarde, vai até as dez da noite... É uma coisa completamente diferente disso daqui... Nossa... Uma loja, bonita, limpa, um ambiente gostoso, com ar condicionado... Né... Aqui é bem diferente, olha isso... Até desanima a gente... Dá uma olhada pra ela. (CAETANO, Samuel, 2011).

Para o entrevistado, a oportunidade de trabalhar nas Casas Bahia na cidade de Curitiba era interessante, tendo em vista que trabalhava em uma rede menor – a Multilojas. Importante sublinhar que essa concepção, de que as grandes redes podem significar melhores oportunidades de trabalho, é muito próxima à narrativa de Adriano quando se remete as grandes lojas, “as grandes famílias”.

Samuel reivindica sua experiência profissional como importante no momento da contratação para outro emprego. “Um bom currículo”, já que trabalhou por algum período significativo em uma loja que impunha maiores dificuldades, como a venda dos consórcios (seguros e demais serviços financeiros que as lojas comercializam). Isso demonstraria que ele estaria preparado para entrar em qualquer loja. O significado que parece atribuir para as lojas Colombo, como se referiu em sua fala anterior, seria de uma “escolinha”, um momento de aprendizagem e treinamento pela própria exigência e dureza do cotidiano de trabalho.

Isso pode demonstrar a própria dificuldade vivenciada em sua jornada de trabalho, articulada pelo trabalhador em sua busca por melhores condições de vida e oportunidades de melhores empregos. Pois, as exigências para os trabalhadores não se dão somente em sua rotina de trabalho, mas desde o momento da contratação, tendo que preencher uma série de exigências.

Quando o entrevistado resolve voltar para Cascavel ele continua no comércio, e a sua intenção era continuar trabalhando nas Casas Bahia, tentando transferência da loja de Curitiba para a loja de Cascavel. Mas como não deu certo, ingressou nas lojas Ponto Frio.

Samuel, por meio de sua trajetória profissional, estabelece comparações e constrói as suas percepções sobre o que significa trabalhar na loja Ponto Frio. Para ele, não tem todo o significado positivo que pode ser visto na fala de Adriano. Ainda, seria pior que seu emprego anterior por uma série de questões: como o fato do comércio de Cascavel ser menor que o de Curitiba e a loja Ponto Frio de Cascavel ser mais “feia” que as lojas onde trabalhou anteriormente – principalmente se levarmos em consideração que ele trabalhou em lojas de shopping, que são voltadas para um público de poder aquisitivo superior que as lojas de rua. Fatores que o desanimariam enquanto vendedor e os clientes enquanto compradores.

Porém, não são somente esses elementos que fazem com que Samuel pontue que *“já está se espartando para outras coisas”*. Em sua avaliação, o comércio em geral não lhe interessa mais, nem a profissão de vendedor, que entende como “muito desvalorizada” – com rotinas intensas, inclusive no final de semana e com baixos salários, elementos que não lhe motivam a continuar no setor.

Outro entrevistado, Denner de Abreu, 32 anos, trabalhador recentemente contratado pela loja Ponto Frio para ser vendedor no setor de móveis, tem uma trajetória ocupacional distinta da apresentada por Adriano e Samuel. Denner faz praticamente o movimento inverso de Samuel, que sempre trabalhou no comércio e quer sair do setor. Ele é auxiliar de cozinha, sua profissão e principal função desempenhada. Porém, está deixando a cozinha de lado e viu no comércio uma possibilidade de trabalho, tendo em vista que já desempenhou paralelamente as duas atividades.

Denner: Sou cozinheiro, faz quinze anos que eu trabalho com cozinha... Faz muito tempo, mas assim eu trabalhava a noite e eu quero sair da noite, quero meio que ir saindo, e ficar na área de vendas... Já trabalhei em Salvador, em São Paulo, na Espanha como cozinheiro... Pretendo, mas assim não pretendo largar a cozinha não... Mas quero sair da noite direto... Não tô mais trabalhando todo dia, tô trabalhando três vezes por semana, como auxiliar de cozinha, na verdade eu sou auxiliar de cozinha, na verdade cozinheiro não existe, ou é *Chef* ou auxiliar, eu sou auxiliar... Eu fiz paralelo, cozinha a noite e vendas de dia, em São Paulo, Salvador... Parte de minha vida eu morei em Salvador... Aí vim pra cá por que meus parentes são daqui, meus tios, avós... Meu pai veio pra cá... Meu pai morava no Mato Grosso, e veio pra cá, aí fui vindo pra cá... Tenho 32 anos, e já trabalhei em vários lugares, São Paulo, Salvador, Natal, Rio Grande do Norte, Madrid, Espanha... Poucas vezes fui vendedor... Agora que eu estou optando por ser vendedor, só vendedor, e crescer também na empresa... Eu não entro na empresa só para ser aquilo... Eu não aguento mais trabalhar à noite é muita coisa... Desde meus quinze anos eu trabalho à noite, tem que voltar tarde... É chato, eu vou mudar, eu tô mudando... Eu quero estudar também, tem que ser à noite... Eu busquei vendas, eu deixei os currículos nas lojas específicas já, por que eu gosto de vender... Eu gosto de estar no meio do povo, de atender o povo, eu gosto de vender... Não gosto só de tirar nota não, “você quer isso daqui, então tá bom”, eu gosto de vender o produto, de explicar o produto de vender. (ABREU, Denner de, 2011).¹¹

Em sua narrativa, Denner expõe a sua trajetória de vida e trabalho que é singular aos demais. Ele é auxiliar de cozinha e reivindica essa atividade enquanto sua profissão. Porém, indica uma série de elementos que o fizeram optar por deixar de lado a cozinha e se estabelecer no comércio.

Primeiramente o trabalho noturno. Há quinze anos Denner trabalha à noite – a maior parte de sua vida. Interessante o ressaltado que faz, comentando que pode até parecer “besteira”, mas se sente prejudicado em vários aspectos por causa do trabalho noturno. Em outro momento de sua entrevista diz que “a noite é outra vida (...) gosto de assistir futebol, fazer coisas (...) estudar, isso que eu quero... eu não conheço. O pessoal fala de novela também, e eu não conheço, eu não conheço nada de novela, coisa besta, né...”.

¹¹ Denner de Abreu Trabalha como vendedor na Ponto Frio no setor de móveis. Denner é auxiliar de cozinha há mais de 15 anos, trabalhando em vários lugares do país. A entrevista realizada na loja, durante seu horário de trabalho.

O que chama atenção é o sentimento de privação em sua narrativa. Questão que o próprio entrevistado identifica como insignificante aos demais, mas que para ele possui total relevância. O estado de ânimo de Denner, que transparece no momento da entrevista, é de um pesar pelas pequenas coisas que não teve oportunidade de participar por causa do trabalho. O que é importante perceber é que estas “besteiras”, assim como outros fatores, fizeram o trabalhador dar um passo significativo em busca de melhorias para a sua condição de vida, mesmo tendo que deixar de lado a profissão que gosta.

A qualificação foi outra questão fundamental, que fez com que ele optasse por deixar de trabalhar como auxiliar de cozinheiro e passasse a se dedicar a outra atividade. Segundo Denner, ele é “auxiliar de cozinha”, pois a profissão de cozinheiro não existe. Ou se é *Chef* e faz uma graduação em gastronomia – ele afirma que não possui condições de fazer – ou se torna *Chef* autodidata. Para este último, o profissional deve cumprir uma série protocolos, tais como registrar pratos em cartório. Contudo, comenta que não há muito reconhecimento entre um *Chef* com formação acadêmica e um autodidata – o que não compensaria o esforço que demandaria para se tornar *Chef* – ainda mais para um trabalhador com poucos recursos para fazer uma graduação nesta área.

A opção que fez por trabalhar no comércio seria justificada por um gosto e “identificação” pessoal que tem para com as vendas, de estar no meio dos clientes, não se contentando em somente “tirar notas”. Isso fez com que ele entregasse currículos em lojas específicas como, por exemplo, a loja Ponto Frio. Pode-se perceber uma espécie de valorização do trabalho “bem feito” nesta fala, expressando valores que estão enraizados na vida dos trabalhadores, assim como o trabalho honesto e a superação das dificuldades pelo trabalho. (MASCHIO, 2008).

A quantidade de deslocamentos em função do trabalho é significativa, indo inclusive trabalhar em outro país. Cascavel, São Paulo, Salvador, Rio Grande do Norte e Espanha são lugares que Denner já trabalhou. Em parte, esses deslocamentos foram motivados por Denner trabalhar em uma rede de restaurantes que possui várias filiais em diferentes localidades do país e também no exterior. Interessante é que, quando questionando se tinha muita experiência de trabalho, o

entrevistado pontua que “*não*”, justificando que realizou a mesma atividade em lugares diversos.

Denner: Daí eu fui contratado e fui pra Bahia, trabalhar em restaurante... Na verdade eu fui pra trabalhar como garçom, mais daí faltou uma mulher lá na cozinha, daí eu falei, “deixa eu ir lá na cozinha” daí eu fui e fiquei, fiquei e fiquei... Daí eu trabalhei dez, doze anos assim, na mesma empresa... Saía, voltava, saía, voltava, trabalhei uns dez ou doze anos assim, mas sempre na mesma empresa... É que são vários restaurantes da empresa que eu trabalhava... É que é de uma rede, é Boi Preto, tem em Salvador, em Recife, em Natal e tem na Espanha também... Eu quero ir esse ano pra lá, lá pra Espanha, eu fui... Era o mesmo restaurante, o mesmo grupo, o mesmo setor... A mesma empresa... O Grupo Boi Preto, tem uma churrascaria chamada Jardineira em São Paulo, 7 Grill em Recife, vários... O salário era pouco na carteira, mas a gente ganhava comissões, então era bom o salário... Daí eu voltei, vim pra cá, montei uma pizzaria pra mim, mas não deu certo... Daí voltei de novo a trabalhar... Em Salvador eu passei um tempo trabalhando sem registro, só por comissão, mas o salário era melhor, mas depois eu acabei sendo registrado assim, aqui meu salário como cozinheiro é o salário mais alto do sindicato, do ano passado... Na carteira, registrado na carteira... R\$ 1200,00 e pouco na carteira... Até eu fui gerente de uma lanchonete aqui, e meu salário como cozinheiro registrado é maior do que era como gerente... É na carteira né, claro que depois o salário é melhor. (ABREU, Denner de, 2011).

Além das consecutivas mudanças que Denner demonstra em sua narrativa, trabalhando em diversos restaurantes da Rede Boi Preto, ele também deixa evidente a questão da alternância entre períodos de trabalho com registro formal e informal – onde trabalhava somente por comissão. Mesmo quando pontua que em Cascavel, trabalhando no Restaurante Picasso (um dos restaurantes mais caros da cidade), com registro em sua Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) com o maior salário do seu sindicato (R\$ 1200,00), a formalidade é mediada por uma espécie de informalidade. Já que uma parte de seu salário não é registrado, recebendo o que é conhecido popularmente como “por fora”.

Essa prática é muito comum no mercado de trabalho e tem como objetivo fazer com que o empregador pague menos impostos sobre o salário do empregado. No entanto, para o trabalhador essa prática tem um ônus – já que toda a responsabilidade atribuída legalmente ao empregador, como o pagamento no caso

de rescisão contratual, cálculo para seguro desemprego, FGTS entre outros direitos trabalhistas, são orientados de acordo com o salário que está registrado na CTPS.

Outra questão que é importante na narrativa de Denner é a quantidade de atividades realizadas durante sua trajetória de trabalho, desempenhando mais de uma função durante o mesmo período. Auxiliar de cozinha (em período integral), auxiliar de cozinha e vendedor, vendedor (em período integral), gerente de lanchonete, proprietário de uma pizzaria.

Quando Denner descreve a iniciativa de abertura de um próprio negócio, de uma pizzaria que não deu certo e por esse motivo *“ele voltou a trabalhar”*, pode-se relacionar com a entrevista de Adriano, que também quis abrir seu próprio negócio, um posto de gasolina, já que *“tudo que você faz pra você é melhor”*. Talvez seja conveniente dizer que ambos atribuem sentidos diferentes ao trabalho subordinado e àquele executado enquanto pequeno proprietário. Parece que imputam um sentido de exploração ao trabalho subordinado. Há certa acuidade quanto à existência da apropriação do seu trabalho. Sendo possível entender que o vocábulo “trabalho” é diretamente associado a uma “exploração”.

Ainda na juventude (dos 15 aos 18 anos), quando morava no Estado do Mato Grosso, juntamente com seu pai, Denner trabalhava em garimpos instalando antenas parabólicas. Aos 18 anos se mudou para o Estado da Bahia para trabalhar de montador de móveis e depois garçom – atividade que lhe permitiu entrar na área da gastronomia como auxiliar de cozinha. No caso do entrevistado a alternância não é somente de postos de trabalho, como evidenciado nas outras narrativas, mas também nas funções desempenhadas, mesmo ele relatando que possui uma profissão definida como auxiliar de cozinha.

Significativo pontuar que as diversas mudanças que o entrevistado relatou não foram motivadas somente pela busca de melhores condições de trabalho, mas também por causa de sua família. “Parte de minha vida eu morei em Salvador, aí vim pra cá, por que meus parentes são daqui. Meus tios, meus avós, meu pai veio pra cá, meu pai morava no Mato Grosso e veio pra cá, aí fui vindo”. Portanto, a família também parece ser um fator que contribui para que os trabalhadores se desloquem. Assim como Samuel, que saiu de Curitiba e voltou para Cascavel.

Denner, diferente de Samuel que deseja sair do comércio, vê nessa atividade uma possibilidade de crescimento, de sair do trabalho noturno, de ter uma estabilidade maior de vida – já que sua trajetória é marcada por uma série de mudanças, não só de postos de emprego, mas de atividades desempenhadas –, conseguir estudar, que é um dos seus objetivos. Por isso, ele enxerga na loja Ponto Frio uma possibilidade de realizar seus projetos e “mudar” de vida. Por mais que afirme que seu organismo ainda não está “adaptado” a trabalhar de dia. Tendo em vista o curto período em que está trabalhando na loja, há cerca de dois meses.

Algumas experiências dos trabalhadores das lojas Ponto Frio se assemelham muito com a dos trabalhadores das Casas Bahia, fornecendo indícios da realidade da classe trabalhadora atual, em especial do trabalhador comerciário.

Maria de Fátima da Silva, 33 anos – recém-contratada pelas Casas Bahia como vendedora de móveis – também indica, ao relatar sua experiência profissional, vários empregos em curto período de tempo, vínculos de contrato precários e desemprego.

Maria: Fazia anos que eu estava tentando trabalhar aqui (Casas Bahia) e agora deu certo... Faz uns dez anos que eu estou na área de vendas, no comércio, vendas em geral... Comecei trabalhando numa loja de artigos de couro, jaqueta, calça, bolsa. Daí eu passei para a área de confecção em geral, cama mesa e banho, trabalhei quatro anos no Doidão... Daí eu fiquei quatro anos e saí, daí eu entrei pra trabalhar numa loja de artigos country, só que eu não gostei da experiência, só fiquei cinco meses lá, daí saí de lá fiquei em casa por um período de sete meses e entrei na Salfer. Fiquei só três meses lá na Salfer por que era temporário. Daí eu amei a experiência de móveis e eu pensei, “vou entrar em móveis mesmo”, porque eu amei a experiência. Eu sempre falo que se eu soubesse que era tão bom, eu tinha entrado antes. Daí, depois da Salfer eu parei mais um tempo, não encontrei mais nada do que eu gostaria de estar fazendo, daí eu voltei de novo como temporário na Salfer, daí eu trabalhei lá mais três meses, daí eu tive que sair e fiquei esperando lá... Ia aparecer uma vaga boa pra mim, daí apareceu aqui... Inclusive assim, eu não me vejo lá do outro lado do balcão... Aquilo ali eu já não quero pra mim, eu não vou me adaptar a ficar ali só do outro lado... Tem que andar, tem que conversar, tem que ver gente... Nossa, eu já estava há sete meses parada... Nossa, meu deus... Mas quando eu saí do Doidão eu passei por outros lugares, fui pra Salfer, fui pra loja de artigos country, que eu não gostei, fiz uns bicos aqui, uns bicos ali... Não consigo ficar em casa... Trabalhar aqui... Uma empresa que paga bem... A Bahia tem um salário digno né, em Cascavel, assim, eu não sei se é eu que estou querendo ganhar um pouco mais, ou se o povo aí fora que tá pagando muito

mal, por que tá louco... Recebi algumas propostas de emprego, mas nada que chegasse assim, no que eu queria entende... Então, assim, a Bahia que paga melhor em Cascavel... Então na verdade, eu vejo assim, que é um comércio que te oferece bastante condição assim, é uma loja grande, tem várias opções de produtos, só aí você já vê né, se você tá vendendo bem, você atinge um salário bom, é uma loja grande né, não adianta você vender e não ter o produto também, se não der condição também pra pessoa, desde o crediário, cartão, as condições que elas dão são muito boas, muito interessantes. (SILVA, Maria de Fátima, 2011).¹²

Como recém-contratada pelas Casas Bahia, seu novo trabalho cria boas expectativas. Principalmente para a perspectiva de uma trabalhadora que tem uma vasta trajetória de alternância entre períodos de emprego e desemprego, bem como experiência do trabalho temporário, que significa trabalho em condições ainda mais precárias e completamente instáveis.

Faz dez anos que Maria de Fátima está no comércio. Ela já trabalhou em uma loja de artigos de couro, depois nas lojas Doidão, comércio de roupas de cama, mesa e banho, presente somente no Oeste do Estado do Paraná, segundo seu relato, o maior período de atuação em uma mesma empresa, quatro anos. Além de trabalhar em uma loja de artigos country e na loja Salfer (varejista de móveis e eletrodomésticos) como temporária por dois anos. Nesse período, ficou entregando currículos em lojas, como por exemplo, nas Casas Bahia e realizando “bicos”. Passando por outros lugares, o que torna ainda mais significativo a quantidade de empregos e atividades que a trabalhadora realizou neste período.

Maria de Fátima enfatiza seu gosto pelo comércio, pela atividade de vendedora, já que não se imagina “do outro lado do balcão” e, principalmente, sua experiência de vendas de móveis, quando estava trabalhando de temporária nas lojas Salfer. Para ela, as Casas Bahia significam a oportunidade de um emprego no comércio – setor que ela se identifica – e na venda de móveis, experiência que ela aponta como a mais prazerosa.

A entrevistada indica também algumas questões que são expressivas para compreender o que significa o seu ingresso nas Casas Bahia e a situação do

¹² Maria de Fátima da Silva foi recém-contratada como vendedora nas Casas Bahia no setor de móveis. Maria de Fátima trabalhou como vendedora temporária na loja Salfer. Entrevista realizada na loja, durante seu horário de trabalho.

comércio em Cascavel. Perante as outras lojas, em sua avaliação, a Casas Bahia é considerada como a que melhor remunera seus funcionários. Já que as outras propostas de trabalho que Maria de Fátima recebeu não correspondiam ao que almejava para si.

Em suas palavras, a loja Casas Bahia oferece um salário “digno” que atende às suas necessidades e é “justo” pela venda de sua força de trabalho. A impressão que se tem, ao interpretar a narrativa de Maria de Fátima e da maioria dos entrevistados, é que trabalhar nas Casas Bahia se constitui o “auge” da profissão de comerciário na cidade de Cascavel.

Mesmo que pontue que “no comércio você faz o seu salário”, Maria de Fátima destaca que o fato da empresa ser grande, ter opções de produtos e condições de pagamento, faz com que a loja Casas Bahia seja mais interessante que os outros estabelecimentos da cidade. Argumento presente em praticamente todas as entrevistas realizadas com os trabalhadores.

No entanto, para outro entrevistado, o ingresso nas Casas Bahia assume uma conotação diversa. Jocemir Grego, também recém-contratado como vendedor de móveis pelas Casas Bahia, tem uma trajetória ocupacional que se assemelha em parte com os demais entrevistados. Marcada por deslocamentos, seu e de sua família, em função do emprego e de algumas trocas de postos de trabalho no comércio e da realização de outras atividades fora do comércio.

Jocemir: No ramo de móveis estou há dez anos... Eu trabalhei nove anos na Mânica, sete como gerente, dois como vendedor mais outras funções, daí trabalhei na BJ e daí pra vir pra cá...

Karen: Saiu da BJ e veio para cá?

Jocemir: Sim, eu tava ali como gerente, saí pra vir pra cá... E vim como vendedor aqui... Na Mânica não deu mais certo... A última loja que eu estava era em Foz da Iguaçu, eu tive alguns problemas lá, muitas cobranças, não assim cobrança da empresa, cobranças desnecessárias, por último eu paguei uma televisão 32 polegadas, o cliente levou, e trouxe quebrada, eu troquei a TV pro cliente e a empresa cobrou de mim... Aí pedi pra sair... Saí pra trabalhar lá na BJ, daí entrei como gerente. Trabalhei ali 90 dias, não gostei do sistema deles, daí fiz um teste aqui, passei pra entrar como vendedor... Eu não quero mais ser gerente... É muitos problemas... Às vezes não vale à pena, estava muito estressado, desgastado e estava descontando na família, achei melhor. Eu saí, ganhar meu dinheiro e ficar tranquilo, ter um pouquinho de paz... Então assim, eu não gostei do sistema deles assim, forma de negociação eles não

têm... Aqui tem condições para o cliente, no preço a prazo, no preço a vista... Na BJ a mídia deles é fraca, a propaganda deles é muito pouquinho, não tem tanto fluxo de cliente, o juros dele é muito alto, isso aí... Eu tentei, você não consegue dar resultado... Então eu achei melhor eu sair, pra vendedor lá ganhar o salário mínimo, não adianta só eu o gerente ganhar bem, não adianta eu ganhar bem e os outros ganhar mal, vendedor lá sai muito, entra um sai outro, por que não ganha dinheiro... Então eu achei melhor eu sair, eu estava indo pro caminho da Mânica, eu estava me estressando, me estressando... Fiz o teste aqui, passei como vendedor. Vou de vendedor, vou ganhar um pouco menos, vou vender que é o que eu sei fazer, eu entrei de vendedor na Mânica e depois passei a ser gerente, mas ser gerente você também é vendedor... Mas agora eu quero vender, fazer meu horário e ir embora, por que eu era o primeiro a chegar e último a sair, gerente é assim... O seu Edson aqui sabe disso... Eu tinha que tá lá oito horas da manhã, abrir a loja, tinha que esperar o último cliente a sair, esperar o crediário fechar o caixa, pra daí eu poder sair, né. Então eu saia, lá por 20 horas, 21 horas... Então não tinha tempo pra minha família, achei melhor sair... Agora eu entrei de vendedor aí fazer minha carga horária de sete e 20 horas por dia, vender e ganhar dinheiro. (GREGO, Jocemir, 2011).¹³

Jocemir trabalha há dez anos no comércio de móveis. Trabalhou durante nove anos na Mânica, uma rede varejista com atuação regional, sendo gerente da loja pelo período de sete anos. Dentro da rede Mânica, gerenciou lojas em algumas cidades, como em Foz do Iguaçu, Cascavel e Corbélia. Jocemir não mora em Cascavel – é o único funcionário entrevistado que não mora na cidade.

Segundo o entrevistado, a pressão de ser gerente, o fato de ser responsabilizado por todos os problemas da loja, inclusive tendo descontos em seu salário, a intensa jornada de trabalho – responsável desde a abertura ao fechamento da loja – acabou o desgastando ao ponto de descontar em sua família todo o estresse acumulado no trabalho e de não ter tempo para as atividades familiares, fatores que o motivaram a sair da loja.

Relevante notar que a família pode ser um ponto de partida para o questionamento do trabalhador sobre suas relações de trabalho e também de oposição a elas, como expressado na fala de Jocemir. Não conseguir se dedicar à

¹³ Jocemir Grego também foi Recém contratado como vendedor nas Casas Bahia. Anteriormente seu ingresso na loja, foi gerente na rede de Lojas Mânica e na BJ Santos. Entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho.

família, descontando o estresse ocasionado pelo trabalho nos familiares, fez com que o trabalhador tivesse a iniciativa de recusar as condições de trabalho em que vivia e partir para outras iniciativas.

Ao mudar de emprego, indo trabalhar na BJ Santos, outra loja do mesmo ramo e uma rede maior que a Mânica, a experiência repetida de estresse, pressão, intensa jornada de trabalho da função de gerência que assumiu, fizeram com que, mais uma vez, Jocemir saísse da empresa e não quisesse mais executar a função de gerência, pelo menos por um momento. Além desses fatores, a empresa lhe proporcionava poucas condições de trabalho (possibilidades de desconto, parcelamento, ou seja, condições para a venda). Ainda, havia muita cobrança, má remuneração de seus funcionários – ele na função de gerente não reclamou de seu salário – e, conseqüentemente, uma equipe de vendedores com alta rotatividade.

Nas palavras de Jocemir, todas essas dificuldades que expôs impossibilitam que os trabalhadores alcancem “resultados”. Na BJ Santos eles são remunerados por produtividade. Portanto, não atingir as metas significa obter um salário que pode não garantir suas necessidades e compromissos ao final do mês. Porém, é interessante sublinhar o próprio uso do vocábulo “resultado” pelo entrevistado, que possivelmente está relacionado com a sua trajetória na função de gerência.

A rotatividade da força de trabalho nas lojas BJ Santos, expressa na narrativa de Jocemir com a expressão “entra um, sai outro”, pode ser entendida como exemplo da luta cotidiana dos trabalhadores, pressionados pelos seus projetos de vida e pelas necessidades concretas de sobrevivência, em busca de melhores condições em uma sociedade capitalista, mas em situações que necessariamente não podem controlar.

O seu ingresso na Casas Bahia como vendedor aparece como uma oportunidade de realizar sua jornada de trabalho de forma menos intensificada, já que a empresa daria as condições para trabalhar que ele não via na BJ Santos. Isso, somado ao fato das Casas Bahia ter porte e apelo midiático muito grande, o que aumenta sua visibilidade na sociedade e atrai mais clientes – possibilitando um maior retorno nas vendas.

Mesmo com todos os problemas e frustrações que aponta em sua entrevista, Jocemir não procurou emprego fora do comércio, por uma suposta identificação com

o setor. Este gosto pelo comércio e a necessidade do trabalho para sobreviver e garantir o sustento da família, como pagar aluguel, entre outras necessidades concretas, fizeram com que o trabalhador continuasse no comércio. Ainda assim, ele aponta uma série de questões relativas às condições de trabalho do setor, como as que vivenciou tanto na Mânica, como na BJ Santos.

Jocemir: Por que a gente gosta, eu gosto disso aqui, entende... Antes eu já trabalhei em cartório sete anos, já fui bancário quatro anos e entrei no comércio há uns dez anos, gostei... Então nem quis procurar outra coisa, quis no ramo que eu gosto, porque você já faz... Gostei, vou tentar aqui agora... Com onze meses você já pode fazer teste para gerente, daí quem sabe... Eu faço o teste aqui pra gerente e eu passo... mas isso é pro futuro... Hoje eu quero vender bem e ganhar bem... Não tenho casa própria, tenho que pagar aluguel, sou casado, tenho um filho, então as despesas são bem grandes, então tem que fazer o possível pra pagar as minhas despesas... E correr atrás... Por que as despesas são altas, né... Então você tem que fazer pra pagar as contas e sobrar... Aqui, eu sempre tive vontade de trabalhar nas Casas Bahia, desde quando eu estava na Mânica. Mas assim, lá eu estava como gerente né, eu gerenciei essa loja aqui dois anos, gerenciei seis ou sete lojas Mânica, mas eu estava bem lá... Mas quando eu saí da Mânica, eu nunca imaginava que ia parar nas Casas Bahia, saí da Mânica já com acerto pra BJ, já saí da Mânica com acerto pra gerenciar a loja da BJ aqui. Mas como entrei na BJ e não gostei do sistema ali, me avisaram que tinha oportunidade de vendedor aqui, me avisaram. Se eu passar eu vou, então assim, eu não estava... Se eu não viesse pra cá, eu ia pra Romeira, que eu tinha serviço na Romeira, que eu tinha oportunidade de serviço lá como vendedor... Pra algum lugar eu ia, pra Romeira, pra Mercado Móveis... Pra algum lugar eu ia... Mas como deu certo assim pra cá, vim pra cá fazer um teste e passar, então eu vô ficar por aqui agora... Agora eu estou aqui, vou me dedicar o máximo, e ficar aqui... É uma empresa bem boa, já conheço, me esforçar o máximo para passar nos noventa dias, me dedicar ao máximo, pra mostrar que eu preciso desse emprego, me dedicar... Se não der certo, com certeza eu vou pra algum lugar de novo, vou pra Salfer, pra Romeira, MercadoMóveis, pra algum lugar eu vou, vou pra outro lugar... Hoje o mercado de móveis, está bem precário de funcionário qualificado, de profissional... Desde gerência. (GREGO, Jocemir, 2011).

Mesmo tendo realizado uma série de atividades, tais como bancário e cartorário, Jocemir se identificou mais com a atividade de comerciário. O que se pode perceber é que, para o entrevistado, a Casas Bahia é considerada, entre as demais, como a melhor opção no setor. Ele cita diferentes lojas em que poderia trabalhar, como a Salfer, MercadoMóveis, Romeira e avalia que trabalhar nas Casas

Bahia é a opção mais interessante, mesmo tendo recebido o convite para exercer a função de gerente nas outras empresas. Cargo que ressalta que não tem mais interesse, pelo menos até o momento.

Ao citar essas várias empresas em que poderia trabalhar, Jocemir parece dar evidências de uma espécie de mobilidade de postos de trabalho no setor comerciário. A explicação que indica em sua fala para essa mobilidade seria a carência do setor de trabalhadores qualificados. Este argumento é bastante difundido pelo próprio governo e pelos meios de comunicação para justificar os índices de desemprego no país. Tornando o próprio trabalhador como responsável por sua condição de desempregado ou pela falta de condições de trabalho dignas. Salientando que o desemprego é uma realidade social inerente ao modo de produção capitalista, que necessita que uma parcela da classe trabalhadora não tenha acesso aos postos de trabalho para criar um “exército de reserva”, como foi indicado anteriormente.

O fato da loja Casas Bahia, na avaliação de Jocemir, ser a melhor opção e necessitar de esforço para “passar” no período de experiência – 90 dias a partir da contratação – são pontos significativos para compreender todo o empenho que enfatiza em sua narrativa para permanecer na loja. Além disso, Jocemir demonstra necessidades concretas da realidade da classe trabalhadora, como não ter uma casa própria, pagar aluguel e ter uma família para sustentar, que o pressionam para se “dedicar ao máximo” em suas tarefas.

Outra narrativa que se assemelha em parte com a do Jocemir e com a de outros entrevistados é a de Mohamed Charneski Robles, que justifica seu gosto pelo comércio desde o seu nascimento, por sua identidade étnica turca. Mohamed trabalha nas Casas Bahia há cinco meses como vendedor do setor de eletrodomésticos e participou junto com o encarregado de vendas da loja Casas Bahia nos treinamentos sobre sistema operacional e métodos de vendas para os funcionários da loja Ponto Frio.

Mohamed: No segmento já fazem 35 anos... Desde que eu nasci praticamente... Principalmente pela a minha nacionalidade, né (risos), meu pai já era comerciante, eu já nasci comerciante... Meu pai já tinha loja de confecções e por isso que eu falo que eu tô no comércio desde que eu nasci... Então, vamos dizer assim... Desde os meus quinze anos de idade eu já parava atrás do balcão, ajudando

na loja do meu pai e sempre no ramo do comércio, sempre, sempre com vendas... Já fui vendedor em outras lojas, já trabalhei em uma empresa de telefonia, já fui relações públicas, já fui gerente de uma outra loja... Como eu te falei minha vida inteira eu mexi no ramo do comércio... Sempre relacionado a vendas, sempre no departamento de vendas... Tanto como vendedor, como relações públicas, gerente... Mas sempre no ramo de vendas. (ROBLES, Mohamed Charneski, 2011).¹⁴

Mohamed pontua alguma mobilidade de emprego dentro da área de vendas, realizando as funções de vendedor em outras lojas, gerente e relações públicas. Segundo o entrevistado, ele “nasceu comerciante”. Porém, mesmo com essa identificação com o comércio, ao longo de sua experiência profissional Mohamed buscou sair do setor, demonstrando que por mais que goste de trabalhar no comércio, as relações de trabalho não são tranquilas.

Mohamed: Ah, passar na área administrativa fora do comércio... Não no ramo de vendas, digamos assim... Fazer parte de contabilidade... marketing, departamento pessoal... Até não adiantar... Até o pessoal brinca e tira sarro, “Ah tu é turco, você quer o que, você nasceu com a venda no sangue”... Então que seja... Cansaço, eu estava precisando de um tempo... Eu já estava meio saturado sabe... Aí eu queria variar, eu queria sair desse ramo... Daí quando eu fiquei meio fora, eu consegui dá uma aliviada, daí “é aquilo mesmo”... Né... Eu voltei... Menos de um ano (risos) e já voltei pras vendas... Eu vou te dizer uma coisa, muita gente fala assim, vendedor é fácil. Não é fácil, não é fácil, cada dia, cada hora, cada minuto que você passa nas vendas, você mexe com uma pessoa diferente uma da outra. Eu sempre falo com quem está começando, que você trabalhar com vendas é uma experiência de vida, você está sempre mexendo com gente diferente, você pega gente desde a classe mais baixa, até a classe mais alta, pode entrar aqui, você atende um zelador, até atender um gerente de uma empresa, um doutor... Até o jeito de tratar é diferente, então no dia-a-dia você apreende a conversar com todo o tipo de jeito... Tem gente só de você olhar pra ela você já sabe a forma de conversar, as informações que ela precisa sobre determinado produto para que ela entenda... Como eu falei pra você, eu adoro. Por isso eu não vou sair das vendas, tentei e não consegui... Pretendo ficar aqui... Até quando eles me mandarem embora. (ROBLES, Mohamed Charneski, 2011).

¹⁴ Mohamed Charneski Robles trabalha na Casas Bahia como vendedor. Mohamed participou da equipe de treinamento da Casas Bahia durante do processo de fusão com a loja Ponto Frio. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho.

A sua tentativa de passar para área administrativa, sair do comércio pelo cansaço que sentia, não obteve sucesso. Mohamed justifica sua volta para o setor por se identificar com a área. Esse “tempo” em que não esteve ligado a atividade de vendas proporcionou ao entrevistado a certeza que era “aquilo mesmo” (vender) que gostava de fazer. Interessante sublinhar que em sua narrativa, Mohamed pontua que pretende ficar na loja. Porém, chama a atenção para um “fantasma” que ronda sempre os trabalhadores, a possibilidade de demissão. Essa insegurança sentida pelo trabalhador atua como fator de pressão para que ele – pela necessidade de sobrevivência na sociedade capitalista – se sujeite a formas mais acentuadas de exploração do trabalho.

Na trajetória ocupacional de Mohamed, uma questão significativa é que o entrevistado vivenciou a experiência com operações de tipo fusões/aquisições de empresas. Antes de trabalhar nas Casas Bahia, o entrevistado trabalhava como supervisor da Brasil Telecom e, por causa da fusão da Brasil Telecom com a Oi, foi demitido. Porém, avalia que a fusão das lojas Casas Bahia e Ponto Frio seja diferente da ocorrida com as operadoras de telefonia em questão.

Mohamed: Quando houve a fusão da Oi e Brasil Telecom, eles optaram por uma redução de funcionários, saiu eu e quatro colegas, na mesma função. Eles reduziram a vaga de supervisores aqui em Cascavel, acho que foram quatro, cinco ou seis... Aí eu fui pra uma determinada gráfica, aqui em Cascavel... Fiquei lá como relações públicas, por “N” motivos que eu saí... Daí acabei recebendo um convite das Casas Bahia, e acabei vindo aqui... Daí eu vim pra cá e pretendo ficar aqui... Já passei o período crítico da experiência né... esse período aí, do será que eu fico será que eu vou... Mas já passou né... Normalmente quando acontecem essas fusões, onde tem cortes, onde estão os maiores salários, a base se mantém, corta por cima... Pode parar, quase sempre quem vai são os maiores salário... Olha pra você ver, pra eles é vantagem mandar três funcionários que ganhem quinze mil reais e contratar sete ou oito funcionários, que eles vão pagar com o mesmo salário... Abre um leque maior pra vendas, em vez de você deixar sete supervisores, você deixa três pra coordenar a equipe, e deixa à equipe maior, o povo é esperto. (ROBLES, Mohamed Charneski, 2011).

Em sua avaliação, Mohamed não se sente ameaçado com a fusão das Casas Bahia e Ponto Frio porque não está executando a função de supervisor como exercia na Brasil Telecom naquele período. Neste último caso, os cortes eram

direcionados aos maiores salários – esse não é o seu caso nas Casas Bahia. É importante ressaltar que o entrevistado parece estar apontando para a reorganização do trabalho: enxugamento da parte da supervisão, atribuindo essa função aos próprios trabalhadores por práticas como o trabalho por produtividade, reduzindo assim os custos com a força de trabalho.

Daniel da Silva é outro trabalhador que também passou por processos de fusão e aquisições na experiência profissional. O entrevistado era vendedor na loja Dudony, rede varejista de móveis e eletrodomésticos, quando a mesma foi adquirida pela Loja do Baú (Grupo Silvio Santos) e que atualmente foi comprada pela rede Magazine Luiza. Em sua avaliação, o maior problema com essas operações são as diferenças na “política da empresa”, ou seja, as mudanças que acontecem no cotidiano da loja. Atualmente, Daniel é vendedor no setor de eletroeletrônicos da loja Ponto Frio.

Daniel: Então, eu já trabalhei em empresa que fez essa mudança... Eu trabalhei na Dudony quando mudou para o Baú... A Dudony virou Baú, eu trabalhava lá... Aí eles pegaram e recolheram a nossa carteira, não deram baixa, não fizeram nada, recolheram e só carimbaram num papel, e colocaram que qualquer rescisão contratual a Dudony se responsabilizava... Mudou o CNPJ e o nome fantasia... Pois é, está acontecendo bastante esse negócio de fusão das lojas, que nem eu falei eu já trabalhei na Dudony que virou Baú, agora na Ponto Frio que virou Bahia, como eu te falei, não é muito bom, principalmente no começo, muda muito a política da empresa. (SILVA, Daniel da, 2011).¹⁵

Daniel, diferentemente dos outros entrevistados, não pontua muitas mudanças de emprego, ainda mais se for levada em consideração sua idade, cerca de trinta anos. Em seu depoimento, ele afirma que sempre trabalhou no comércio e cita apenas duas empresas: a loja Ponto Frio e a loja Dudony.

Hélio Ribeiro Machado Júnior, vendedor da linha marrom (informática e tecnologia) na loja Ponto Frio, ao contar sua trajetória ocupacional também cita apenas dois empregos. O atual, na loja Ponto Frio e seu trabalho como estoquista

¹⁵ Daniel da Silva trabalha como vendedor no setor de eletroeletrônico da Ponto Frio. Era funcionário das Lojas Dudony, quando foram compradas pela rede Baú. A entrevista foi realizada durante o horário de almoço.

em uma empresa de confecções. Porém, Hélio tem 23 anos, cursa uma graduação e pretende sair da loja assim que houver uma melhor oportunidade.

A mesma situação pode ser percebida na trajetória de trabalho de Gisele de Souza. Gisele trabalha no crediário da loja Ponto Frio há um ano e 9 meses, tem 20 anos e já passou por dois empregos. Ou seja, se pensarmos que se trata de uma trabalhadora bastante jovem e que ingressou no trabalho por volta dos 18 anos, nota-se que o número de mudanças de postos de trabalho se acentua nos trabalhadores mais jovens.

Por meio da análise de seu emprego anterior, Gisele desenvolve a percepção sobre seu trabalho na loja Ponto Frio. Isso não quer dizer que ela não tenha críticas ao seu emprego atual, principalmente pelo setor em que trabalha – o crediário. Este departamento é responsável por cadastros, avaliações de crédito e outras atividades “burocráticas” entre a loja e seus clientes.

Gisele: Na verdade eu trabalhava antes numa outra empresa... Mas foi por pouco tempo, por que eu sai pra trabalhar aqui... Mas assim, não era bem comércio, era assim uma loja de noivas, festas... Na verdade, onde eu trabalhava era mais puxado, não que era mais puxado assim, mas era um serviço que você ficava o tempo inteiro fazendo aquilo... Eu trabalhava na parte de bordados, bordados de vestidos... Então era o tempo inteiro fazendo aquilo, era muito chato... Aqui já, você termina e tem outra coisa pra fazer que é diferente, então é melhor que você ficar ali sentada o dia inteiro sem fazer nada... Só que ficar aquele tempo, parecendo aquele “Tempos Modernos” fazendo a mesma coisa é ruim (risos)... Agora que eu lembrei daquele filme ...

Karen: Entendi... Mas aqui tem um monte de coisa pra fazer né..., mas é corrido, né?

Gisele: Então, é... Mais começo de mês, que é corrido, que junta as faturas que não foi, todos os problemas, clientes, aqueles que vem fazer o cartão, porque o movimento maior é começo de mês, que é época de pagamento... é maior. (SOUZA, Gisele de, 2011).¹⁶

Gisele afirma que seu emprego anterior era muito monótono e estafante, pois exigia que fizesse movimentos repetitivos. Ela faz uma alusão ao filme de Charles Chaplin, “*Tempos Modernos*”, clássico de 1937, que retrata uma linha de produção fordista. Porém, ao ver como positivo a questão de realizar uma série de tarefas

¹⁶ Gisele de Souza trabalha no crediário da loja Ponto Frio. Trabalhava anteriormente em um fábrica de confecções. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho.

diferentes – o que em uma análise formal poderia ser entendido como uma trabalhadora favorável ao modelo de “multifunção” ou as formas de reestruturação produtiva de caráter “toyotista” – a trabalhadora também faz uma crítica a “correria” do início do mês no crediário e todos os problemas que precisam ser resolvidos nesse período – quando o trabalho se torna intenso.

Marina Veninski, 19 anos, é recém-contratada pela loja Casas Bahia como vendedora de eletrodomésticos. Marina também está em seu segundo posto de trabalho. Antes de trabalhar nas Casas Bahia, a entrevistada era estagiária por meio do CIEE (Centro de Integração Empresa-Escola) na COPEL (Companhia Paranaense de Energia Elétrica). Como Marina foi recém-contratada pelas Casas Bahia, no seu novo emprego a sua primeira experiência no comércio pode ser resumida em expectativas.

Marina: Ah, é muita, eu tô bastante ansiosa, tomara que de certo... Porque todo mundo fala que tem muita gente querendo trabalhar, muita gente tentando entrar aqui e não consegue... Meu Deus... Agora que eu consegui agarrar com as duas mãos... Vai ser bom pra ver se eu gosto, né... O gerente falou que é pra ver se eu gosto de trabalhar na área, vamos ver o que vai ser, né... Mas acho que eu vou gostar sim, por que todo mundo fala que é bem tranquilo, que é bem legal... A outra moça que entrou comigo, ela estava esperando três anos pra entrar, mas acho que é por que é uma empresa grande... Tem bastante coisas assim para os funcionários, né... Plano de saúde, tudo, né... E sem falar que é uma empresa muito reconhecida e com certeza o pessoal quer comprar alguma coisa já vem em mente a Casas Bahia, né. A maioria das pessoas que eu conheço pensa assim né... Aí, eu acho uma empresa muito boa assim, eu ouvi bem dela... O que eu pesquisei dela antes de entrar... Na internet sobre a empresa, a história dela, como funcionava, os funcionários... Bem legal... Ah, eu vejo assim, as pessoas que trabalham aqui, fazem dez anos, quinze anos, vinte anos que trabalham na Bahia. (VENINSKI, Marina, 2011).¹⁷

As expectativas de Marina apontam para uma série de observações que a entrevistada faz sobre a realidade do mercado de trabalho, sobre o que significa estar disputando hoje uma vaga de emprego, quais são as expectativas que um trabalhador espera de um “bom” trabalho.

¹⁷ Marina Veniski tem 19 anos e foi recém contratada pelas Casas Bahia. Trabalhava anteriormente como estagiária pelo CIEE na COPEL. Entrevista realizada na loja, durante seu horário de trabalho.

O objetivo de Marina é “*agarrar com as duas mãos*”, justificando esse esforço para conseguir ser contratada após passar do período de experiência, pela quantidade de pessoas que disputaram essa vaga e que gostariam de ter essa “oportunidade”, mas não conseguiram. Marina foi contratada no mesmo período que Maria de Fátima, que em sua entrevista comentou que tentava ingressar nas Casas Bahia havia alguns anos, motivada pelas melhores condições de trabalho nesta empresa em relação às outras lojas do comércio. Essa percepção que a entrevistada demonstra sobre a concorrência entre os próprios trabalhadores por vagas na sociedade capitalista demonstra a pressão que é exercida no trabalhador que percebe um “exército de reserva”.

Para Marina significa também a sua primeira experiência com vendas, com o trabalho no comércio, quem sabe uma possível identificação com o setor, já que pela sua pouca idade está no início da construção de sua carreira profissional. No entanto, Marina afirma que pretende fazer faculdade de veterinária, o que indica que a carreira profissional que idealiza não passa pela loja, pelo menos até o momento, assim como os demais trabalhadores.

Outro ponto que chama atenção em sua narrativa é articulação que Marina teve no seu ingresso nas Casas Bahia, fazendo uma pesquisa na *internet* antes de entrar. Tanto o porte da empresa, o reconhecimento perante a sociedade e seus clientes e a pesquisa que ela fez na internet, conhecendo a história e funcionamento da loja, além dos comentários que ouve, fizeram da loja uma empresa interessante para se trabalhar.

Outro ponto que justifica a imagem positiva que Marina construiu das Casas Bahia foi seu novo espaço de trabalho e os “benefícios” que a empresa disponibiliza para os seus funcionários, tais como plano de saúde. Na avaliação da entrevistada este último é um elemento importante para que uma empresa seja avaliada como um bom lugar para se trabalhar.

Além disso, Marina pontua como positiva a estabilidade – afirmando que na empresa existem funcionários que atuam há 10, 15, 20 anos. Infelizmente, a pesquisa não conseguiu ter acesso aos dados que pudessem verificar a afirmação feita pela entrevistada, confirmando a quantidade de anos de trabalho dos funcionários das Casas Bahia. A partir de sua entrevista e de sua observação sobre

o comércio cascavelense em geral, pode-se sugerir que Marina identifica que nas Casas Bahia existe uma maior estabilidade em relação aos demais estabelecimentos do ramo.

Um dos trabalhadores mais antigos na Casas Bahia de Cascavel é Sidnei Dutra, vendedor da linha branca (eletrodomésticos), que trabalha na loja há nove anos. Sidnei faz parte da direção do Sindicato dos Empregados no Comércio de Cascavel e Região – SINDECCASCAVEL.

A sua trajetória se diferencia da maioria dos trabalhadores, sendo que dos mais de 20 anos que trabalha no comércio, praticamente metade, Sidnei trabalhou somente nas Casas Bahia, sempre na cidade de Cascavel. Portanto, diferente de alguns entrevistados, que já tiveram uma série de postos de trabalho e deslocamentos por causa de trabalho, ele pretende continuar no comércio, tanto por sua garantia de estabilidade na loja como pela representação sindical.

Karen: Faz tempo que você trabalha aí?

Sidnei: Fazem nove anos...

Karen: E quanto tempo no comércio?

Sidnei: Mais de vinte anos, mais ou menos vinte e um anos...

Karen: Sempre em Cascavel?

Sidnei: Sempre em Cascavel...

Karen: Trabalhou em muitas lojas?

Sidnei: Não, até que não... Teve uma época aí, que eu mudei de loja, até acertar né... Daí eu recebi uma proposta boa pra trabalhar aqui, fui indicado, não tem por quê... Eu gosto de trabalhar aqui, gosto do que eu faço, gosto de trabalhar aqui... Eu não me vejo trabalhando em outra empresa... Claro não sei qual que é o dia de amanhã, mas hoje eu não me vejo... Não me sentiria bem...

Karen: E você pretende continuar no comércio?

Sidnei: Pretendo continuar no comércio... Um dia a gente pretende abrir um próprio negócio, mas até no próprio comércio, tô pegando experiência aqui. (DUTRA, Sidnei, 2011).¹⁸

José da Silva também é um dos trabalhadores mais antigos das Casas Bahia, vendedor de móveis há oito anos e comerciário há 25 anos. Assim como Sidnei, sua trajetória profissional não é marcada por vários empregos em um curto espaço de tempo. Trabalhou 18 anos em uma empresa, a Comercial Pérola, e oito anos nas

¹⁸ Sidnei Dutra trabalha a mais de oito anos na Casas Bahia como vendedor no setor de eletrodomésticos. Faz parte da diretoria do SINDECCASCAVEL. Entrevista foi realizada em uma lanchonete, durante seu horário de almoço.

Casas Bahia. Portanto, a maior parte de sua trajetória como comerciário foi realizada apenas em duas empresas.

No entanto, as experiências de vida e trabalho de José englobam outras atividades – como as relações de trabalho marcadas por jornadas intensas, baixa remuneração e demais pressões que os trabalhadores vivenciam.

José: É bastante, trabalhei bastante no comércio, mas não foi sempre, antes eu trabalhava com hotelaria... Trabalhava em hotel... É não é bem mudou, mas é que assim, hotelaria sofre demais, trabalha demais... Tipo, você não tem final de semana, você não tem feriado nada, não tem nada, é muito trabalho... Eu era gerente de hotel... Eu gostava de trabalhar em hotel, era aqui perto, na antiga rodoviária... Mas trabalhava demais... Não tem folga, é difícil demais...

Karen: Mas dá para tirar alguma coisa?

José: Hotel? Que nada, tira muito pouco... Ali (Casas Bahia), você trabalha muito, bastante, mas dá pra tirar um pouquinho, e tem folga... Daí eu fui para uma loja aqui perto também, perto da antiga rodoviária, até perto do hotel que eu trabalhava, a Comercial Pérola. Trabalhei 18 anos lá, uma loja de móveis, antigamente tinha duas lojas, aquela ali e uma lá em baixo da Avenida Brasil. Acho que hoje só tem aquela lá de baixo, nem sei se tem mais aquela ali... É, fiz uma e outra coisinha nesse meio tempo, mas trabalhei dezoito anos na Comercial Pérola. (SILVA, José da, 2011).¹⁹

José, ao narrar sua trajetória de vida e trabalho, aponta que por mais que gostasse de trabalhar, o ramo hotelaria tem jornada intensiva, sem finais de semana e folgas e uma baixa remuneração. Segundo sua narrativa, a mudança para o comércio ocorreu pela dura jornada de trabalho que estava vivendo na hotelaria. Quando saiu do hotel, começou a trabalhar na Comercial Pérola, uma loja de móveis e eletrodomésticos de Cascavel. Trabalhou 18 anos na mesma empresa, realizando apenas alguns bicos entre o trabalho no hotel e na loja.

Em sua entrevista, José indica uma situação que não é comum no “mundo do trabalho” atual, principalmente no comércio, um período de dezoito anos de atividade em uma mesma empresa.

A motivação para José sair da Comercial Pérola e ir para as Casas Bahia foi a busca de uma melhor remuneração – necessidade oriunda do momento em que

¹⁹ José da Silva (nome fictício) funcionário das Casas Bahia há oito anos como vendedor. Trabalha no comércio a mais de 25 anos. A entrevista foi realizada no seu intervalo de trabalho em uma lanchonete próximo a loja.

começou a ter mais responsabilidades, com a chegada dos filhos. Segundo o trabalhador, quando se é jovem e possui poucas responsabilidades, qualquer remuneração já é suficiente para suprir suas necessidades. Ainda mais para um jovem com um perfil mais “parado”, como avalia o seu caso.

José: É que assim, quando você é jovem, você não liga muito pra essas coisas, tendo um dinheiro pra se sustentar, fazer uma outra coisinha, eu quando era jovem, não tinha assim muita... Sei lá, vontade de crescer... Eu conseguia receber um dinheiro, dava para fazer as minhas coisas, me sustentar, pra mim tava bom... Daí você ficando, você vai ficando... Daí você começa a ter família, ter filho... Daí já viu né, a coisa muda... Tem uns assim, que têm mais vontade sabe, que quer crescer, eu não, eu era mais parado assim. No meu caso, assim, aquilo pra mim tava bom... Não tinha muita ambição assim...

Karen: Tu não tinha muita vontade de crescer? Daí, você saiu da Comercial Pérola e entrou nas Casas Bahia?

José: Sim, daí sai dela e fui pra Bahia, e que daí começa a ter mais gente dependendo da gente, né. Eu assim tenho quatro filhos, aí não dá mais pra sair assim, receber qualquer coisa, tem mais gente dependendo da gente, e hoje em dia as coisas não estão fáceis, agora que meu filho mais velho tá começando a trabalhar, aí você tem que garantir o sustento, você tem que garantir todas as necessidades, isso não é mais fácil. Você vai tendo responsabilidade, não é mais assim, aí você pensa mais antes de fazer qualquer coisa, você pensa no que você vai fazer, não se arrisca mais... E ainda tem o estudo que tem que dar, tudo. (SILVA, José da, 2011).

Para José, a responsabilidade pela manutenção da família foi o fator preponderante para buscar melhores condições de trabalho, já que tem que prover o sustento e o futuro de seus filhos. Como retrata na citação anterior, “ali você trabalha muito, mas tira um pouquinho”, por mais que o salário não seja muito, nas Casas Bahia seria melhor do que o hotel e que as outras lojas do comércio em geral.

Outra trabalhadora que tem uma trajetória parecida com a de Sidnei e José é Neuza Cunha, vendedora na linha marrom (eletroeletrônicos), sub-gerente na loja Ponto Frio de Cascavel. Assim como dois outros trabalhadores, Neuza não passou por várias empresas. Dos seus mais de trinta anos de comércio, oito anos foram na loja Sarolli Colonial (loja de roupas), dez anos trabalhados na Casas Pernambucanas e doze anos na loja Ponto Frio – seu atual emprego e onde pretende se aposentar no ano que vem. É com tom de orgulho que a trabalhadora comenta o fato de ter somente três registros de trabalho em sua CTPS. “Sim, minha

carteira tem poucos registros. Eu tenho na Sarolli Colonial, trabalhei lá oito anos, quase nove, daí trabalhei nas Pernambucanas dez anos, e 12 aqui... tenho três registros na carteira...”.

Neuza está se graduando em História, em uma instituição privada, a Universidade Paranaense – UNIPAR, e fazendo uma especialização em Libras. Depois que se aposentar e sair da loja, a entrevistada pretende dar aulas para complementar a renda, pois a aposentadoria não seria o suficiente. Além do fator “psicológico”, já que acredita que como trabalhou durante tantos anos, teria dificuldade em ficar em casa depois de aposentada. Dar aulas de história, segundo Neuza, sempre foi um objetivo previsto para depois de sua aposentadoria, já que o salário de professor é inferior ao que recebe na loja.

Neuza: Põe complementada nisso (risos)... Mas o ser humano trabalha a vida toda... Independente de salário, o financeiro ou não, você não pode parar de trabalhar... Uma pelo financeiro mesmo, e outra pelo psicológico da gente mesmo... Não tem estrutura pra fica em casa... Acordar e “oh eu tô aposentada, você fica aqui dentro?! Vô fica parado?!” Então não tem... o psicológico da gente não aguenta! Um mês... vô dizer lá, um mês, dois mês, até cair a ficha, vô descansa, tô aposentada... Mas passou disso, a pessoa não sobrevive, entra em depressão, fica neurótica... Uh, imagina, fica todo mês esperando um saláriozinho de aposentadoria, né?! (CUNHA, Neuza, 2011).²⁰

O objetivo de discutir e problematizar algumas das trajetórias ocupacionais dos trabalhadores das lojas Ponto Frio e das Casas Bahia se torna interessante para compreender quem são esses trabalhadores, de onde vieram, quais são suas experiências de vida e trabalho. Ainda, a partir de quais referências eles construíram e constroem suas visões sobre as relações de trabalho nas lojas em questão e como e por qual motivo a Ponto Frio e a Casas Bahia figuram entre as melhores alternativas e os melhores lugares em que já trabalharam.

Com as narrativas dos trabalhadores, pode-se perceber algumas características da atividade do trabalhador comerciário, das relações de trabalho no

²⁰ Neuza Cunha trabalha a doze anos na loja Ponto Frio, atualmente exerce a função de líder de vendas e sub-gerente. Entrevista foi realizada na loja, antes de seu horário de trabalho.

comércio, bem como do mundo do trabalho e as condições de vida da classe trabalhadora.

De modo geral, as trajetórias ocupacionais dos trabalhadores da loja Ponto Frio e Casas Bahia são marcadas pela realização de atividades em piores condições de trabalho, com jornadas mais estafantes, remuneração inferior e praticamente sem assistências, como por exemplo, plano de saúde. Somado a isso, a maioria expressou uma carência de perspectiva em seus empregos anteriores, onde não viam a possibilidade de “crescimento”.

Mesmo que de forma minoritária, formas ainda mais precárias de contrato de trabalho, como o trabalho temporário e a informalidade, também são realidades indicadas em suas narrativas.

Diante dessas circunstâncias, as lojas Ponto Frio e Casas Bahia são avaliadas como as melhores alternativas possíveis para esses trabalhadores no setor comercial de Cascavel. Trabalhar na loja Ponto Frio e Casas Bahia significa, para esses trabalhadores, melhores condições de trabalho, remuneração, seguridade social, assistência médica e, conseqüentemente, maior qualidade de vida.

A pressão para garantir o sustento familiar, o futuro dos filhos (almeçando prover uma condição melhor que a sua), as despesas com moradia, alimentação, transporte, estudos e lazer são fatores que pesam no cotidiano da classe que sobrevive da venda de sua força trabalho. Procurar visualizar e entender essas pressões que fazem parte da vida do trabalhador é importante para uma pesquisa que procura se debruçar em torno das experiências da classe trabalhadora.

Nessa direção, há concordância com a crítica realizada por Stéphane Beaud e Jean Pialoux na obra *“Retorno a condição operária”*, sobre a sociologia do trabalho que somente privilegia o que os autores atribuem como “momento trabalho”. Ou seja, o espaço da fábrica e as mudanças no mundo do trabalho sentidas somente no espaço produtivo, não levando em consideração toda a trajetória vivida pelos trabalhadores.

Esse modo de proceder nos levou pouco a pouco a nos distanciar de certo tipo de sociológico do trabalho que, durante muito tempo privilegiou como objetos de pesquisa a empresa e a oficina, os postos de trabalho, o “momento trabalho”, as mudanças técnicas e

seus efeitos sobre as suas relações de trabalho, as relações de poder nas oficinas. Muito frequentemente, essa perspectiva separa o que acontece na empresa daquilo que está em jogo fora dela e, em especial, isola a situação dos trabalhadores das trajetórias seguidas por eles. Ora, estas últimas remetem às origens (sociais, geográficas, nacionais) aos espaços de vida, aos modos de categorização dos indivíduos. A sociologia do trabalho tende a estudar de maneira separada as decisões tomadas pelos gerentes e seus efeitos na empresa, de um lado, e as características socioculturais dos assalariados, de outro. Não vê como projeto estudar em conjunto a maneira como essas decisões e essas características “se ajustam”. Pensamos, ao contrário, que as mudanças ocorridas numa oficina e a maneira como são percebidas não podem ser apreendidas fora das relações de força sociopolíticas, tais como se constituíram no trabalho através da história de uma empresa específica, por meio igualmente da constituição de uma “cultura de classe” e de um trabalho incessante de construção política, cujos efeitos não se dissipam de repente. (BEAUD; PIALOUX, 2009, p. 12).

Sendo assim, trajetórias de vida e trabalho percorrido pelos trabalhadores são significativas para compreender os sentidos e os significados atribuídos ao trabalho e a experiência social. Ressaltando que essas concepções sobre as dinâmicas dos processos de trabalho não são estáticas, sendo construídas no terreno do embate cotidiano entre capital e trabalho.

1.2 EXPECTATIVAS DE VIDA DOS TRABALHADORES DA CASAS BAHIA E PONTO FRIO: “TENDÊNCIA A SAIR DA LOJA”

A partir das trajetórias de vida e trabalho dos trabalhadores das lojas Ponto Frio e Casas Bahia pode-se perceber que estes atribuem uma avaliação “positiva” ao trabalho nas lojas. Porém, ao serem estimulados a narrar sobre as expectativas que projetam para seu futuro profissional, chama atenção o fato de que a maioria esboça planos que não incluem as lojas.

Sendo assim, o questionamento proposto pela pesquisa busca tentar compreender os motivos que fazem com que os trabalhadores atribuam como “positivo” seu trabalho nas redes Ponto Frio e Casas Bahia de Cascavel ao mesmo

tempo em que os sonhos que almejam para seu futuro profissional não envolvem a permanência na loja.

Com isso, as expectativas que os trabalhadores das Casas Bahia e Ponto Frio projetam para a sua vida tornaram-se elementos fundamentais para se perceber os limites da concepção “positiva” aplicadas ao trabalho na loja e quais os projetos e alternativas que os trabalhadores buscam – na luta constante por melhores condições de trabalho e vida.

Sobre as suas expectativas de vida, dos 15 trabalhadores que responderam ao questionário, 11 (73%) consideram que a empresa oferece possibilidades de crescimento profissional e de “fazer o seu salário”. Porém, ao serem questionados se pretendem “fazer carreira” dentro da empresa, a maioria dos trabalhadores, 9 (60%), respondeu que não.

Assim como no questionário, pode-se observar nas entrevistas essa tensão entre as concepções atribuídas em suas relações de trabalho e as expectativas profissionais que os entrevistados esboçam para si. Cabe ressaltar que nas entrevistas a forma como essa questão apareceu foi distinta da refletida no questionário, pela própria diferença entre as duas fontes e elementos que elas podem indicar. No questionário, os dados são mais limitados e as perguntas proporcionam respostas mais objetivas. Já nas entrevistas, as possibilidades são mais ampliadas e profundas, principalmente partindo de uma concepção teórica e metodológica, que privilegia as experiências dos trabalhadores e também a forma que essas experiências são narradas.

Hélio, trabalhador das lojas Ponto Frio, traz em sua entrevista um elemento interessante para pensar a tensão entre as expectativas que os trabalhadores projetam para a sua vida e a análise que eles fazem sobre suas relações de trabalho. Segundo ele, existiria uma “tendência” para sair da loja.

Karen: Mas você pretende procurar outra coisa?

Hélio: Por enquanto ainda não... eu tô fazendo faculdade, quando eu terminar, eu posso dizer que aqui é bem puxado, né, de segunda a sábado, não tem tempo pra descansar, não tem tempo pra estudar se eu tivesse uma proposta melhor...

Karen: Se você tiver uma proposta melhor...

Hélio: Vale a pena sair...

Karen: Você tá fazendo faculdade do quê?

Hélio: Gestão em vendas...

Karen: Ah é em vendas... Você pretende continuar na área de comércio?

Hélio: Não é pelo curso ser em vendas... Ele abrange a parte de administração, logística, parte de cálculo. Ano que vem, então eu não preciso estar focado em vendas, eu tenho matéria de pesquisa de mercado eu posso ser um consultor... É um curso que abrange várias áreas, não só parte de vendas, às vezes eu posso sair pra outro mercado, trabalhar como consultor, dando consultoria pra empresas...

Karen: Mas o que você pretende?

Hélio: Por enquanto, ainda não tenho nada, por enquanto aí eu vou ficar nas vendas mesmo, porque hoje em dia, o pessoal que é comissionado, se vende bem... Tem um salário bom, às vezes ganha mais do que pessoas que tem um curso melhor do que a gente...

Karen: Pois é né, fica difícil... Mas a longo prazo, tú pensa em sair da loja?

Hélio: Olha, a gente tem tendência né... É aquilo, propostas né... Às vezes se aparecer alguma coisa né. Tem que tentar e arriscar, se quebrar a cara ou não, tem que arriscar, se surgir uma proposta boa, todo mundo pretender sair. (RIBEIRO JÚNIOR, Hélio, 2011).²¹

Esta “tendência” que Hélio pontua em sua narrativa é expressão da constante busca dos trabalhadores por melhores condições de vida e trabalho. O trabalhador não é passivo diante de suas relações de trabalho e constrói uma série de dinâmicas, articulando-as diante das opções possíveis que visualiza para si. Como por exemplo, a sua permanência na loja é subordinada até o momento em que percebe possibilidades mais interessantes para si.

Mesmo o elemento que Hélio pontua como motivo de permanência na loja, neste caso, o fato de estar cursando uma faculdade, pode ser visto como estratégia que os trabalhadores elaboram para sobreviver da melhor forma possível na sociedade capitalista – com a pressão oriunda do mercado de trabalho, o medo do desemprego e a exigência de maior qualificação profissional.

Em outro momento de sua fala, Hélio pontua que necessita do salário para custear a sua graduação, já que estuda em uma instituição de ensino privada, o que significa que, além dos custos com livros e demais materiais, ele também tem as mensalidades. Isso faz com que, nesse momento, sua saída da loja não seja a melhor opção, tendo até que se subordinar, em certos momentos, a uma jornada

²¹ Hélio Ribeiro Júnior Trabalha na Ponto Frio como vendedor no setor de eletrônicos a quatro anos. É o único entrevistado que faz um curso superior na área de vendas. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho.

extensiva de trabalho. Porém, o fato de fazer uma graduação faz com que ele projete expectativas para um futuro melhor, que não passa pela loja. Por mais que a qualificação da força de trabalho seja cada vez mais um requisito do mercado, o trabalhador também reage a essas pressões, utilizando da qualificação em busca de melhores condições de vida e trabalho.

O salário recebido na loja, através do sistema de produtividade – um dos principais elementos pontuados como positivo pelos trabalhadores e por Hélio, que também faz uma análise favorável do trabalho comissionado –, ao ser relacionado com suas expectativas de vida, passa pelo crivo de questionamentos dos trabalhadores. A partir do entendimento que faz da realidade e da análise do mercado de trabalho, Hélio avalia “positivamente” o salário que recebe. Porém, admite que caso receba uma proposta melhor, assim como ele, todos os trabalhadores da loja Ponto Frio pensam em sair.

O trabalho na loja Ponto Frio, na fala de Hélio, parece ter a conotação de temporário. Ele sempre ressalta que está na loja até o momento que conseguir uma possibilidade mais interessante. Mesmo que o temporário, no caso de Hélio, já tenha alguma solidez, pois ele trabalha há quatro anos na empresa. Portanto, a positividade que estes trabalhadores destacam sobre sua função não é estática, mas relativas a determinadas situações que se encontram ou à análise do horizonte de possibilidades que visualizam para si.

É significativo chamar a atenção para o fato de que os trabalhadores também alteram e reagem de acordo com suas relações de trabalho, não ficando passivos diante delas. Buscam qualificação ou até “arriscam” outras possibilidades, como pontua Hélio, por melhores condições de sobrevivência e sustento.

Assim como Hélio, a trabalhadora do crediário da loja Ponto Frio, Gisele, encara seu emprego como “temporário”. Ou seja, permanece na empresa até o momento que encontrar melhor oportunidade de trabalho. Ao projetar suas expectativas de vida, Gisele não pretende ficar na loja e também percebe na qualificação um meio para conseguir melhores possibilidades para seu futuro.

Karen: E pretende fazer faculdade Gisele?

Gisele: Ah sim, pretendo... Mas tenho que decidir qual delas...

Karen: Sério, tá com várias ideias?

Gisele: Sim (risos)... Mas tô pensando assim, em RH ou psicologia...

Karen: Ah legal... Então você não pretende ficar aqui na Ponto Frio?
 Gisele: Não muito tempo (risos)...
 Karen: Mas o que você está pretendendo fazer?
 Gisele: Então, assim fazer a faculdade que eu te falei né... E começar seguir trabalhar na área né...
 Karen: Nem no comércio você pretende ficar?
 Gisele: Não vou dizer que não vou ficar aqui né, mas minha vontade não é... Não, não é... (SOUZA, Gisele de, 2011).

A “tendência” para sair pontuada por Hélio também pode ser percebida na fala de Gisele. Porém, a necessidade do trabalho, a dependência econômica que o trabalhador é submetido na sociedade capitalista faz com que ela pondere entre a sua “vontade” de sair da loja, do comércio, e realizar outras atividades em sua vida, que para ela seriam mais interessantes e satisfatórias.

O que Gisele expressa em sua narrativa sobre a tensão existente entre as expectativas e sonhos que os trabalhadores projetam ou almejam para a sua vida e as condições socialmente determinadas, que não podem controlar na sociedade capitalista, demonstra o entendimento que fazem de seu papel enquanto sujeitos sociais na sociedade dividida em classes. Compreende-se essa tensão enquanto pressões e que, diante delas, os trabalhadores se articulam e reagem constantemente.

Erni Lorenzetti, vendedor das Casas Bahia, pontua um dos principais fatores de pressão que pode ser identificado na pesquisa, presente em praticamente todas as falas dos trabalhadores – a família. Ao pensar em sua expectativa de vida, ele ressalta que o fato de ter uma família para sustentar faz com que o mesmo pense duas vezes antes de tomar qualquer atitude, pois necessita do trabalho. Sua esposa está grávida e o casal está organizando os preparativos para receber seu primeiro filho.

Karen: E você pretende ficar trabalhando aqui?
 Erni: Sim... Até a hora que der, né... Até a hora que os caras quiserem que eu fique, né... Não dá pra você sair bater cabeça, se eu sair daqui, eu não vou ganhar o que eu ganho... Entendeu? Eu teria que sair daqui pra uma empresa que paga melhor, hoje pra você ganhar aí três mil (reais), tá difícil, tem gente aí que tem faculdade... Ah, tem venda de carro aí, que eu conheço muita gente, que é uma oportunidade boa... Mas só se eu sáísse daqui... Mas assim, pedi a conta pra sair bater cabeça, não dá... Tem que ficar tranquilo né...

Karen: Tu tem família?

Erni: Tenho, tenho... Minha esposa tá grávida, está de oito meses... Mês que vem já tá aí... Tudo você tem que pensar... Pago aluguel entendeu, a despesa não é baixa... Nós somos só em dois, tem o aluguel, tem que comprar todas as coisinhas do nenê, berço, carrinho, cômoda, roupa... Aumenta bastante a despesa... Então a gente tem que botar os pés no chão, a cabeça no lugar, conta sempre tem que pagar... Sempre tem conta pra pagar. (LORENZETTI, Erni, 2011).

Diferentemente de Hélio, a narrativa de Erni não indica a possibilidade de “arriscar” outras oportunidades. Cabe ponderar que Hélio não tem filhos e o fator família pode ser percebido pela pesquisa como elemento preponderante para os trabalhadores ao refletirem e projetarem planos sobre suas perspectivas de vida e suas relações de trabalho. Porém, assim como Hélio, Erni pontua o salário como um dos principais elementos para sua permanência na empresa.

Porém, ele não fica estático diante das pressões que vivencia frente ao sustento familiar, da necessidade do trabalho e do salário, realidade da classe trabalhadora e também da constante possibilidade do desemprego. O entrevistado, em sua narrativa, procura indicar outras possibilidades de trabalho, como por exemplo, a vendas de automóveis.

Na narrativa dele é importante ressaltar que, o mesmo elemento valorizado pela empresa para o recrutamento da força de trabalho, a contratação mediante a indicação pessoal, pode ser visualizada na fala de Erni como prática que também é utilizada pelos trabalhadores na busca por melhores colocações. Como o entrevistado pontua ao indicar a possibilidade de ingresso futuro na atividade de venda de veículos, por “conhecer muita gente” na área.

É possível dizer que essa dinâmica de mobilização, por meio de uma rede contatos pessoais dos trabalhadores, é uma espécie de solidariedade de classe, de uma classe que sobrevive pela venda de sua força de trabalho e cotidianamente luta por condições mais dignas de vida.

Assim como Erni, José da Silva, vendedor das Casas Bahia, também destaca a questão familiar como fator de peso ao pensar em sua expectativa de vida e trabalho. Ao ser questionado sobre suas perspectivas profissionais, inclusive se o mesmo sairia do ramo do comércio e voltaria a trabalhar com hotelaria – algo que

em outro momento de sua narrativa foi indicado como atividade satisfatória – ele afirma que não.

Karen: Deixa eu te perguntar. E tu, não pretende sair do comércio?

José: É difícil pra mim né, é muito tempo, muita responsabilidade, fica difícil arriscar, sempre tem alguma coisa por trás, né. E eu não tenho um capital assim, que você pode mudar de setor e não dar certo, tal, ou poder voltar qualquer coisa. Tenho quatro filhos, né. Como já te disse, não tem como sair hoje não e não se estabilizar. Tem que se estabilizar, né. Tem que dá o máximo pra se estabilizar, né, não tem como, eu não posso sair, tenho casa, não é mais assim. Se eu quebrar a cara, eu não tenho o que fazer, não quebro a cara sozinho, não tenho como mudar, não tenho, se dar errado, até você voltar de novo, né... Então não compensa, né. A não ser que tenha um capital sobrando... Ou você está desiludido mesmo, que olhe assim e não quero mais pra mim esse negócio, mas geralmente fica, né. (SILVA, José da, 2011).

José expõe sua dificuldade de sair da loja e do ramo do comércio de acordo com uma série de pressões as quais está submetido. Ele é um dos vendedores mais antigos da loja, trabalha há oito anos nas Casas Bahia. Portanto, o fato de ter uma estabilidade no trabalho e de não ser mais jovem – o que dificulta o ingresso em outro emprego, de acordo com as exigências do mercado de trabalho – faz com que as pressões sobre o trabalhador se intensifiquem.

Como ressalta em sua narrativa, José tem uma série de “responsabilidades” e não “quebra a cara sozinho”, pois tem família e quatro filhos que dependem dele para o seu sustento. Além da sobrevivência, é a partir de seu trabalho que almeja garantir um futuro melhor para seus filhos, como pontua em outro momento de sua fala. Ele afirma não possuir uma reserva financeira que o permita tentar outras possibilidades, de ter um negócio próprio, por exemplo, já que não tem segurança caso a empreitada não tenha sucesso.

Porém, um elemento interessante na fala de José é a questão da “desilusão”. Mesmo com todas as dificuldades que expõe para sair das Casas Bahia, desde a família até o fato de trabalhar muitos anos na loja, estas não são suficientes para determinar que o trabalhador chegue a um momento em que ele não suporte mais trabalhar sobre determinadas condições, tornando-se “desiludido” com a sua condição.

O que José está chamando atenção é que o trabalhador tem um limite sobre suas relações de trabalho. E mesmo enfrentando todas as pressões que o entrevistado elencou, que o pressionam para que “consinta” com a exploração do trabalho, em determinados momentos o trabalhador não as aceita mais. Ou seja, o trabalhador não é somente o sujeito vítima da exploração do trabalho, mas também pauta ações diante delas, inclusive se negando a determinadas relações de trabalho.

Outra fala interessante sobre as expectativas de vida que os trabalhadores projetam para si e os limites e pressões em que se esbarram, é de Neuza. A entrevistada é uma das trabalhadoras mais antigas da loja Ponto Frio, líder de vendas e subgerente. Trabalha há cerca de doze anos na loja e está prestes a se aposentar. Ao ser questionada sobre suas expectativas de vida, ela afirma que pretende ficar na loja e se aposentar na empresa. Neuza sempre comenta que gosta de trabalhar na loja Ponto Frio. Porém, a afirmação que faz de “gostar” de trabalhar na loja ao ser instigada a falar sobre seus projetos de vida, é relacionada a determinadas circunstâncias.

Karen: E você gosta de trabalhar aqui?

Neuza: Eu gosto, gosto e preciso (risos). Junta as duas coisas, a necessidade... Eu gosto de vendas...

Karen: E... Mas você quis ir pra área da História?

Neuza: Eu quero estudar na área da História, eu sempre quis me especializar em alguma coisa que pudesse trabalhar com pessoas especiais... Então, eu tô prestes a me aposentar, eu quero terminar a pós, que me possibilita trabalhar numa área assim... Atualmente eu quero trabalhar com libras, me especializar nessa área...

Karen: Sempre foi um plano quando você começou a fazer a faculdade, um plano pra você fazer depois de você sair da Ponto Frio, mesmo?

Neuza: Antes eu não fazia, porque dificilmente... Não tinha condições financeiras mesmo... Por isso que eu não fiz antes...

Karen: Foi depois que você se tornou sub-gerente que recebe mais que você conseguiu fazer a faculdade?

Neuza: Não, foi depois que ele (seu marido) arrumou um emprego né, bem melhor financeiramente, eu ia fazer independente do meu salário ou não...

Karen: Mas você nunca pensou antes, quando você começou a fazer a faculdade de sair da Ponto Frio, pra atuar na área que você está estudando?

Neuza: Não, não... Porque financeiramente não compensa né...

Karen: Por que você ganha mais aqui?

Neuza: Ah sim... Por isso, só por isso... pela parte financeira não compensa, porque se não eu gosto né...

Karen: Você gosta? É eu também gosto...

Neuza: Um projeto para depois que eu me aposentar, ou chegasse um dia assim, aquela palavra “não quero mais”. (CUNHA, Neuza, 2011).

Neuza expõe que ao mesmo tempo em que “gosta” de trabalhar na loja Ponto Frio, tem a necessidade do trabalho e, portanto, precisa do emprego. Porém, o que a entrevistada almejou e pretende fazer em sua vida após se aposentar não passa pela loja. Neuza está concluindo a sua graduação em História e fez uma especialização em Libras. Seu intuito é atuar na área de educação de pessoas com deficiência auditiva o que, segundo a entrevistada, foi o que sempre quis fazer em sua vida.

A mesma não tocou seu projeto de vida adiante, citado anteriormente, por uma série de questões. Primeiramente pelas próprias limitações financeiras, pois o trabalho na loja Ponto Frio não permitia custear sua graduação, ainda mais em uma instituição privada como a que está cursando – o que sugere que seu salário não é suficiente para os seus projetos de vida. Neuza começou a graduação somente depois que seu esposo mudou de emprego e passou a receber um salário melhor.

A comparação entre a remuneração que recebe na loja e o salário pago aos professores faz com que Neuza não ache interessante trocar de profissão. Cabe ressaltar que o salário da entrevistada é diferente dos outros vendedores, pois recebe um adicional pela função de líder de vendas e também quando assume a gerência da loja, na ausência do responsável.

A questão salarial parece ser o fator primordial para que Neuza ainda não exerça seu sonho de dar aulas para alunos com restrições auditivas. Na entrevista, ela expressa que seria “só por isso”, pois, ao que parece, esta seria a atividade que a realizaria enquanto profissional e também enquanto ser humano – de acordo com a sensibilidade expressa em sua fala sobre a educação para alunos com limitações físicas.

Além disso, por ser uma trabalhadora com estabilidade na loja, trabalhando aproximadamente há doze anos na loja Ponto Frio e a menos de um ano para se aposentar, Neuza opta por continuar na empresa. Mesmo que ela tenha deixado

para realizar seu sonho profissional para depois da aposentadoria, a trabalhadora pontua que deixaria o trabalho na loja Ponto Frio caso deixasse de ser interessante para si ou não suportasse mais trabalhar no local, chegando ao seu limite, o “não quero mais”.

Assim como José, Neuza também chama atenção para o momento em que o trabalhador chega ao seu máximo e não suporta mais suas relações de trabalho, buscando outras possibilidades. Samuel Caetano, trabalhador da loja Ponto Frio, pode ser um exemplo do que José destaca como um trabalhador “desiludido”. Em sua narrativa, o entrevistado afirma que não pretende mais ficar trabalhando na empresa e aponta uma série de elementos que justificam a sua “desilusão”.

Samuel: Mas assim, eu não tenho mais interesse de trabalhar aqui de vendedor...

Karen: Mas você está pensando em fazer o quê?

Samuel: Concurso... Inclusive estou decidindo hoje se eu vou entrar no cursinho pra concurso, pra esses que tão abrindo agora, da Cettrans, agente penitenciário. Então, tô decidindo hoje, de conversar com eles, acho que eu vou começar, eu não tenho mais paciência, estímulo pra trabalhar de vendedor... Tô aqui, por que não tenho outra coisa... Se não, não estaria aqui...

Karen: Está muito cansado?

Samuel: É que ganha pouco, estressa bastante, a tendência disso aqui é só piorar, porque antigamente abria sábado até meio-dia, agora trabalha sábado inteiro, a tendência é abrir domingo. A Casas Bahia está trabalhando domingo, então olha, a gente se vê piorar, abrindo domingo, feriado... Em Curitiba trabalha, é normal trabalha domingo e feriado... Aqui ainda não... E hoje, tá crescendo muito a compra por internet sabe... Antigamente o povo não comprava muito, hoje tá crescendo muito, então é uma parcela de clientes que a gente está perdendo, entendeu... É desleal... O próprio site da Ponto Frio às vezes vende mais barato que a gente na loja, entende... Então o povo ainda compra na loja, porque é meio receoso ainda, mas a tendência é cada vez mais comprar por internet... tá vendo como a gente está caminhando, só está piorando...

Karen: É verdade...

Samuel: Então, já estou começando a me espertar pra outras coisas, já deveria ter feito isso há muito tempo atrás... Mas assim, nunca é tarde, né. (CAETANO, Samuel, 2011).

Segundo sua narrativa, Samuel não teria mais “paciência” e “estímulo” para trabalhar na loja sobre uma rotina de trabalho estressante e cansativa. O entrevistado faz uma série de avaliações sobre suas relações de trabalho, sobre a

própria dinâmica do mercado de trabalho e do comércio varejista, que faz com que o mesmo não tenha mais interesse em trabalhar na loja e se “espertar” para outras possibilidades.

A perspectiva que ele aponta é a entrada para o serviço público mediante a aprovação em concurso. A conotação que parece atribuir ao serviço público significa uma estabilidade no emprego, com salários e rotinas de trabalho mais interessantes que os empregos privados. Mesmo que essa não seja a realidade que os servidores enfrentam, pela precarização que o serviço público vem enfrentando.

Diferente dos outros entrevistados, Samuel não avalia como positiva a remuneração paga pela loja. Essa situação faz com que, ao invés de ser um dos elementos que pressionem para que permaneça no cargo, como se pode perceber nas outras falas, seja motivo para sair. Samuel trabalhou nas Casas Bahia em Curitiba, recebia um salário superior ao que recebe na loja Ponto Frio de Cascavel, como foi indicado anteriormente. Portanto, constrói uma avaliação de sua remuneração tendo como referência a experiência de ter recebido um salário maior, diferente dos relatos dos outros trabalhadores.

Além disso, Samuel destaca uma série de elementos que enfrenta no seu cotidiano e a perspectiva da piora das condições de trabalho no comércio varejista, como por exemplo, em relação à jornada de trabalho. Tendo em vista as derrotas que a categoria sofreu desde o ano de 2006 em relação as jornadas, se tornando cada vez mais extensas. Ele faz uma análise pessimista da luta dos trabalhadores comerciários sobre a abertura das lojas aos domingos. Estabelece uma comparação com a cidade de Curitiba, onde já trabalhou e que o comércio abre aos domingos. Portanto, para o entrevistado a tendência do trabalhador comerciário é de enfrentar jornadas cada vez mais extensas.

As mudanças no mundo do trabalho pautadas pelo incremento do uso da informática e da *internet* também são avaliadas por Samuel, ao traçar seus projetos de vida e trabalho. Em suas estimativas, o impacto que pode vir a ocorrer com o aumento das vendas via *internet* para o comerciário – principalmente para os vendedores que recebem tendo como base a comissão, como seu caso – faz com que o comércio não seja mais uma alternativa interessante. Portanto, ele traça possibilidades para alcançar um futuro melhor para si.

Samuel a partir dessa série de elementos, como ressaltou José, chegou ao seu limite e, portanto, não pretende mais ficar trabalhando nas lojas Ponto Frio. Adriano Schuh, também vendedor nas lojas Ponto Frio, diferente de Samuel, pretende continuar trabalhando na loja. Inclusive pretende “fazer carreira” na empresa. Porém, mesmo que ainda avalie possibilidades interessantes que a loja e comércio possam lhe oferecer, ele também estabelece limites.

Karen: E o que você pretende, ao longo da sua vida? Pretende continuar na área de vendas, tem algum projeto futuro?

Adriano: Então, o negócio é continuar na vendas cada vez melhor, e ver o que a empresa vai oferecer pra gente...

Karen: Hoje então você quer crescer na Ponto Frio?

Adriano: Sim, pretendo sim... na medida do possível do que eu me propus a fazer né... Pretendo assim, não só fazer assim, mas também ser reconhecido pelo o que faz né... Porque assim, se você não tem reconhecimento, não vai dizer que você está fazendo o melhor. (SCHUH, Adriano, 2011).

Mesmo que Adriano afirme, ao ser questionado sobre suas expectativas de vida e trabalho, que pretende ficar no ramo do comércio nas lojas Ponto Frio, ele condiciona sua permanência a um determinado “reconhecimento” profissional. Adriano trabalha na loja há pouco tempo, cerca de quatro meses e isso pode contribuir para sua expectativa em torno de seu trabalho na empresa. Porém, o que é interessante identificar em sua narrativa, é que o trabalhador não “consente” a exploração do trabalho unicamente, mas perante a esta situação, se articula jogando sobre suas relações de trabalho e tentando tirar proveito o quanto for possível.

Como aponta Michael Burawoy (1985), muitas vezes o trabalhador se sujeita a trabalhar muito, porém *consentir* a uma situação de precária de trabalho não significa necessariamente *aderir* a ela. No caso verificado pelo autor, ao analisar duas fábricas com o sistema de trabalho e parecido, destaca os modos que os trabalhadores tendem a se impor em suas relações de trabalho:

A similaridades dos sistemas de remuneração e do processo de trabalho nas duas fábricas originava estratégias operárias semelhantes. Tanto na Allied quanto na Jay's o pagamento por produção constituía uma espécie de jogo, chamado de making-out, nas duas fábricas. Nesse jogo, os operadores estipulavam para si mesmos determinadas metas percentuais de produção. As atividades

no “chão da fábrica” eram dominadas pelas preocupações com a manutenção dessas metas e a própria “cultura de fábrica” assentava-se nas vitórias e fracassos nesse jogo. As atividades salariais e a distribuição das tarefas “ferradas” (sujeitas a cotas difíceis ou “apertadas” de alcançar) e das tarefas “moles” (com cotas fáceis e “frouxas”) eram temas de constantes e animadas discussões (...). As regras do jogo de “making-out” pareciam-se nas duas fábricas: os operários empenhavam-se em certas formas de “contenção da produção”. Ou seja, havia um teto máximo, conjuntamente regulado, de quantidade de trabalho a ser fornecido. Porcentagens mais altas induziam ao corte das taxas salariais para todos. Os operários da Jay’s apelidavam de bancar (“banking”) e os da Allied de “fazer parada” (“building a kitty”) a prática de conter a produção realizada acima daqueles tetos”. (BURAWOY, 1985, p. 35).

Os operários das duas fábricas, por mais que trabalhassem muito e cumprissem as metas estipuladas pela empresa, articulavam os modos como cumpririam as suas metas, acelerando ou diminuindo o ritmo de sua produção de acordo com o que pretendiam receber, sem exceder a produção estipulada. Portanto, por mais que a fábrica estipule as regras, os trabalhadores jogam com elas a sua maneira.

O fato do capital utilizar de estratégias para estimular a sua força de trabalho, como a produtividade e o plano de carreira, não é somente uma busca por trabalhadores cada vez mais produtivos, mas também pelo “consentimento” do trabalhador, pois como observado este constantemente avalia suas relações de trabalho e as questiona e interfere sobre elas, inclusive com a saída da empresa, como pretende Samuel. Por mais que o trabalhador esteja em relação de dependência econômica na sociedade de classes, o capitalista necessita da força de trabalho, pois sem ela não consegue garantir seus lucros.

Mesmo com a existência de um exército de reserva, para a empresa não é interessante um nível de rotatividade da força de trabalho que possa dificultar a organização e as atividades da loja. O recrutamento e o treinamento dos trabalhadores são custos para a empresa. Se o trabalhador, em muitos momentos “consente” com a relação de exploração do trabalho, constantemente também pressiona a empresa – ainda que em uma correlação de forças desiguais – a elaborar práticas para garantir esse “consentimento”. Mesmo que isso tenha que ser

expresso em benefícios materiais, como aumento da remuneração para a força de trabalho.

CAPÍTULO 2. “ENTÃO, É UM SERVIÇO QUE VOCÊ SE COBRA BASTANTE, SE FOSSE PRA GANHAR POUCO NÃO COMPENSA, NÉ!”: DISPUTAS E CONCEPÇÕES DO TRABALHADOR COMERCÍARIO SOBRE A ORGANIZAÇÃO E AS RELAÇÕES DE TRABALHO

2.1 RECRUTAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO NAS LOJAS PONTO FRIO E CASAS BAHIA

A maioria dos trabalhadores das Casas Bahia que a pesquisa pode dialogar foi contratada pela loja por meio de indicação de outro funcionário (83%). Enquanto na loja Ponto Frio, a maioria ingressou por meio de entrega de currículo na própria empresa (80%).²² Não houve nenhum trabalhador que entrou, em ambas as redes, por meio da efetivação após a realização de trabalho temporário.

Embora a prática de contratação de trabalhadores em regime temporário seja comum no comércio, sobretudo em períodos de final de ano ou feriados comemorativos – devido ao aumento do volume de vendas –, tanto as lojas Ponto Frio como as Casas Bahia não se utilizam desse expediente, trabalhando com o mesmo quadro de funcionários.

O que se pode observar com a pesquisa, por mais que exista essa diferença na forma de ingresso dos trabalhadores entre as redes, é que tanto as Casas Bahia como as lojas Ponto Frio priorizam a indicação pessoal para a contratação dos trabalhadores. Segundo os entrevistados, o popularmente conhecido “Q.I” – uma sigla em alusão a “quem indica” – seria a forma mais fácil de ingresso nas duas lojas. A indicação seria feita por algum funcionário ou pessoa próxima a gerência. A narrativa de Gisele, trabalhadora do crediário da loja Ponto Frio, é significativa ao indicar à preferência da empresa por contratar um funcionário mediante referência pessoal.

²² Devido as Casas Bahia não autorizar a entrada na loja com o questionário para os trabalhadores responderem, a análise se baseia somente nas entrevistas realizadas, o que limita uma análise quantitativa mais significativa.

Karen: Mas como você entrou trabalhar aqui, você trouxe currículo?

Gisele: Não, na verdade foi por indicação... Aquele QI, esse é o mais fácil, normalmente é o mais fácil, se você vem entregar um currículo, daí eles pensam “mas eu não conheço essa pessoa”, mas se vem alguém que te indica, aí fica bem mais fácil né. (SOUZA, Gisele de, 2011)

Do ponto de vista da empresa, a indicação traz alguns benefícios, como já foi pontuado por Gisele, já que não estaria contratando um funcionário “desconhecido”. A referência pessoal parece atuar como uma possível garantia de que o futuro contratado tenha uma boa conduta profissional. Logo, a pessoa que indicou, principalmente quando se trata de um funcionário da própria empresa, não irá colocar em risco a sua relação pessoal com os colegas de trabalho/gerência ou seu próprio emprego, indicando alguém que possa vir a não cumprir com suas responsabilidades enquanto funcionário, como, por exemplo, cometendo atrasos.

Além disso, mesmo alguma atitude indesejada que o trabalhador recém-contratado possa vir a ter ou alguma dificuldade que tenha para apreender a forma de trabalho da loja, pode ser mais facilmente corrigida quando este é indicado por outro funcionário. Visto que a gerência pode pedir diretamente ao trabalhador que indicou o novo contratado para alertá-lo ou instruí-lo sobre alguma questão que ache necessária.

Segundo os entrevistados, a prática da indicação é inclusive incentivada pelas duas lojas, recorrendo ao círculo social de alguns trabalhadores e lhes pedindo que indiquem pessoas que eles acreditam que se encaixem no “perfil” da loja, que possam vir ser “bons” funcionários. Pode-se perceber que a gerência recorre aos trabalhadores em quem já possuem alguma confiança, com objetivo de que o trabalhador indique alguém que se assemelhe com a sua própria forma de trabalhar. Rosângela, ex-funcionária das Casas Bahia, ingressou desta forma e aponta alguns elementos sobre essa questão.

Karen: Como que você entrou nas Casas Bahia?

Rosângela: Uma colega minha, a gerente pediu pra ela indicar alguém, que ela acreditasse que sabia vender né... Aí ela tinha trabalhado comigo na Gold Calçados, ai ela me indicou... Aí eu fui lá, conversei com eles, ele falou pra mim, “você tem um tempinho pra fazer um teste?” eu falei “tenho”, no meu horário do almoço e tal... Aí

eu fui lá, fiz o meu teste, passei no teste e comecei a trabalhar. (ORTIZ, Rosangela, 2011).²³

Nas palavras de Rosangela, ao contratar o trabalhador que foi indicado, a empresa tem uma garantia a mais que está adquirindo um funcionário que “sabe vender”. Ou seja, alguém que vai ser produtivo e garantir os lucros da loja. Porém, a prática da indicação não pode ser identificada somente entre a gerência, mas também entre os trabalhadores. A narrativa de Maria de Fátima, recém-contratada pelas Casas Bahia, é emblemática para percebermos essa articulação dos trabalhadores. Após tentar algumas vezes ingressar nas Casas Bahia por meio de entrega de currículo na própria empresa – tentativa que não deu certo –, Maria de Fátima conseguiu ser contratada pela loja após a indicação de seu currículo por sua amiga, que é vendedora das Casas Bahia no setor de móveis há alguns anos.

Karen: E você entrou aqui como? Por currículo?

Maria: Sim, na verdade desde que eu saí do Doidão, faz uns três anos e quando eu entrei na Salfer, eu fiquei trazendo currículo na Bahia, fui trazendo currículo, daí essa moça que passou aqui, que é minha amiga, falou com o gerente se eu podia estar trazendo meu currículo aqui... daí eles resolveram me pegar e estamos aí... Daí estou começando aqui, novas experiências, novos colegas. (SILVA, Maria de Fátima, 2011).

O que se pode observar é que na busca por encontrar ou conseguir um novo emprego que lhe garanta melhores condições de vida e também de trabalho (salário, jornada, etc.), os trabalhadores mobilizam a sua rede de contatos pessoais em uma espécie de solidariedade de classe. A mesma classe que na sociedade capitalista tem como seu meio de sobrevivência a venda de sua força de trabalho.

Como já foi ressaltado, a contratação por meio de indicação pessoal é significativamente mais comum nas Casas Bahia. A explicação para este dado pode estar ligada a avaliação apontada pelos trabalhadores entrevistados – que a Casas Bahia seria um dos melhores lugares para se trabalhar no comércio varejista de Cascavel, tendo melhores condições de trabalho do que a loja Ponto Frio. Por mais que também seja construída uma avaliação positiva da loja Ponto Frio, a diferença

²³ Rosangela Ortiz trabalhou nas Casas Bahia três anos como vendedora da linha leve, sendo demitida no início do ano de 2011. A entrevista foi realizada em sua casa.

entre as duas passaria pelo porte e presença no mercado dos dois grupos, onde destaca-se as Casas Bahia, tanto nacionalmente como na própria cidade. Em Cascavel, a filial das Casas Bahia é expressivamente maior, tanto em tamanho físico como em fluxo de vendas, do que a loja Ponto Frio.

Trabalhar em uma grande rede parece significar para os trabalhadores comerciários maior possibilidade de vendas e, conseqüentemente, melhores rendimentos, pois recebem por produtividade sobre o que é vendido. Por esses motivos, pode-se observar que um posto de trabalho nas Casas Bahia é mais concorrido do que um na loja Ponto Frio, ao menos na cidade de Cascavel. Diante desse “exército de reserva”, a empresa tem maiores possibilidades de escolha no momento da contratação de seu quadro de funcionários, podendo privilegiar os trabalhadores que possuem bons currículos e referências pessoais, o que muitas vezes parece não ocorrer na loja Ponto Frio.

Entretanto, essa dinâmica não é só utilizada ou característica isolada da filial de Cascavel, está também presente em outras filiais, inclusive em grandes cidades. O que torna ainda mais significativo como meio preferencial e prática da rede Casas Bahia como um todo, no momento da contratação de seu quadro de funcionários. Segundo Samuel, trabalhador da loja Ponto Frio de Cascavel e ex-vendedor das Casas Bahia de Curitiba, a indicação seria o “único” meio de ingresso nas Casas Bahia, tanto que o próprio já havia levado várias vezes o currículo para o gerente em Curitiba e mesmo com um “bom” currículo, em sua avaliação, só foi contratado após a indicação de outro funcionário.

Karen: Você entrou como lá nas Casas Bahia?

Samuel: Indicação (risos)... Nas Casas Bahia só entram com indicação...

Karen: Sério?

Samuel: Sim... Só com indicação... Não adianta levar currículo, inclusive eu já tinha levado... Quando eu cheguei lá eu levei um currículo, conversei com o mesmo gerente que me contratou depois... Fiquei de cara, conversei com ele, entreguei na mão dele o currículo, e meu currículo era muito bom... Eu tinha quatro anos de Colombo... Eu tinha trabalhado quatro anos na Colombo, e a Colombo é uma loja muito difícil de trabalhar, por que tem que vender consórcio... Não para ninguém ali naquela loja... É muito exigido, é muito cobrado... então entende... Quem trabalhou lá, quem trabalhou numa loja dessa é preparado para trabalhar em qualquer outra loja... Então, nossa... Eu tinha um currículo muito bom... E

simplesmente foi ignorado, né... Aí depois, com a indicação foi diferente... Fui lá, falei com o mesmo gerente... Daí eu entrei. (CAETANO, Samuel, 2011).

Além de ter uma indicação de algum funcionário ou de alguém próximo da gerência, que seria o método mais fácil (não o único) de ingresso nas lojas, pode-se identificar a partir do diálogo com as fontes, alguns outros requisitos que a empresa almeja para a contratação de sua força de trabalho, tais como idade, escolaridade, noção básica de informática, experiência no comércio e disponibilidade de horário de trabalho.

Em relação à faixa etária, o requisito seria ter a idade mínima para a contratação que, tanto nas redes Ponto Frio como nas Casas Bahia, e em todas as suas filiais, é de 18 anos completos. Neste quesito, pode-se perceber uma diferença ao estabelecer uma comparação entre a faixa etária dos trabalhadores das duas lojas na cidade de Cascavel.

Tabela 01 – Faixa Etária dos funcionários das Casas Bahia e Ponto Frio.

FAIXA ETÁRIA	CASAS BAHIA	PONTO FRIO
20 - 30 anos	02	07
30 - 40 anos	03	04
Acima de 40 anos	04	04
Total	09	15

Fonte: Trabalho de Campo.

Embora quantitativamente seja um número pequeno para uma análise mais profunda em relação à faixa etária dos trabalhadores das Casas Bahia²⁴ – somado com as entrevistas dos trabalhadores e com as observações da organização e das relações de trabalho no chão da loja, através das várias visitas feitas no processo de pesquisa – pode-se indicar que a faixa etária da maioria dos trabalhadores das

²⁴ A diferença entre o maior número de trabalhadores da loja Ponto Frio exposto na tabela, em relação aos das Casas Bahia, que tem mais funcionários, é explicada pelo fato que as Casas Bahia não autorizou que os trabalhadores respondessem ao questionário, onde existia um campo relativo a faixa etária. Os dados expostos das Casas Bahia têm por referência somente a idade dos nove trabalhadores entrevistados. Os dados da loja Ponto Frio se baseiam nos quinze questionários respondidos pelos trabalhadores.

Casas Bahia é superior aos trabalhadores da Ponto Frio, sendo estes mais jovens e tendo entre vinte e trinta anos.

Como já foi discutido, a partir da análise sobre as trajetórias ocupacionais dos trabalhadores, o que se pode perceber é que os funcionários mais velhos têm em geral uma trajetória ocupacional mais estável, com um tempo razoável de trabalho na loja (acima de cinco anos), tanto nas Casas Bahia como na loja Ponto Frio. Já entre os trabalhadores mais jovens, a característica de sua trajetória de trabalho parece ser de uma significativa troca de locais de trabalho em reduzido espaço de tempo.

Outra questão a ser verificada acerca da exigência da empresa na contratação da força de trabalho é a disponibilidade de horário de trabalho, inclusive aos finais de semana. A jornada de trabalho do comércio é de 07h e 20 min. por dia para que as 44 horas semanais sejam concluídas, contando com o trabalho no sábado. As duas empresas trabalham com dois turnos, para garantir o “abre” e “fecha” da loja. O primeiro turno que faz a abertura inicia às 08h45min e o turno que faz o fechamento entra por volta das 10h. Aos sábados, todos os funcionários entram às 09 horas.

Segundo os trabalhadores, todos cumprem jornada de trabalho superior às 07h e 20min diárias estabelecidas sem receber hora extra, já que a empresa trabalha com o sistema de banco de horas. Portanto, a flexibilidade da jornada de trabalho pode ser facilmente identificada nas Casas Bahia e na loja Ponto Frio. Com isto, preza-se por funcionários que possam ter jornadas mais longas e flexíveis de trabalho e, principalmente, disponibilidade de trabalhar nos fins de semana, já que as duas lojas abrem aos sábados e existe a possibilidade de abertura ao domingos. Importante salientar que o trabalho aos finais de semana é uma das principais pautas de discussão na categoria comerciária.

A trabalhadora Maria de Fátima, recém contratada pelas Casas Bahia, relata que, ao se candidatar a uma vaga na loja, o trabalhador preenche um campo identificando se aceita trabalhar em “horários adversos”, ou seja, admite prolongar sua jornada até para além do horário previsto e trabalhar aos finais de semana. Segundo Maria de Fátima, ao ingressar na atividade comerciária, o trabalhador já tem consciência da possibilidade de ter que trabalhar aos sábados e aos domingos.

Karen: E quando eles te contrataram aqui na Bahia, eles já comentaram de trabalhar no domingo?

Maria: Não, isso os colegas comentam né, eles não passaram... Mas assim, a gente é ciente quando a gente assina a proposta de trabalho, se você aceita a trabalhar em horários adversos, no caso, sábado, domingo, feriados... Você já entra sabendo que, se você tiver que trabalhar, você vai ter que trabalhar...

Karen: Tipo, tem um campo na proposta de trabalho que você assina?

Maria: Isso... É um campo que você preenche, se você aceita a trabalhar em horários adversos...

Karen: Sério, eu não sabia, isso antes de você ser contratada?

Maria: Aham, no caso quando eu estou preenchendo a proposta de trabalho... É como se fosse um currículo, ali está se você aceita ou não trabalhar nesses horários, você já entra sabendo... Quem trabalha no comércio, já entra sabendo que se tiver que trabalhar sábado e domingo. (SILVA, Maria de Fátima, 2011).

Outro requisito para a contratação nas duas redes seria a experiência no comércio. A partir das trajetórias ocupacionais, pode-se perceber que a maioria dos trabalhadores das Casas Bahia e da loja Ponto Frio, ao ingressarem, já possuíam experiência na área. Do ponto de vista da empresa, o interesse com este requisito é que, ao efetivar uma mão de obra que já tem intimidade com a atividade comerciária, menos tempo seria gasto apresentando as atribuições da função, fazendo treinamentos, o que significa que o retorno do investimento na contratação aconteça mais rapidamente.

Uma das exigências que também pode ser identificada para a contratação nas Casas Bahia e na loja Ponto Frio é o grau de escolaridade do trabalhador. Todos os funcionários da empresa entrevistados e que responderam o questionário possuem o Ensino Médio completo. O aspecto dessa exigência por parte das lojas parece estar relacionado à avaliação da empresa de que os funcionários com essa escolaridade tenham um vocabulário mais adequado para atender aos clientes. Também é exigida uma mínima noção de computação, pois na rotina de trabalho se faz necessária a utilização do computador para realização de praticamente todas as atividades, tais como: realizar a venda, consulta no estoque das lojas, caixa, crediário, entre outros.

Neuza, líder de vendas na loja Ponto Frio, ao resumir sua rotina de trabalho, descreve a utilização do computador em praticamente todo o seu dia de atividade,

desde o momento que chega ao “bater o ponto” eletrônico, organizar a loja, modificar os preços dos produtos que estão em promoção ou que sofreram algum reajuste, os adequando com os preços de todas as filias – centralizados pelo sistema interno de *intranet* da rede Ponto Frio.

Karen: Entendi... E como que é a rotina do trabalho aqui?

Neuza: Ah... Nós chegamos de manhã, eu chego, eu cheguei na loja eu tenho que bater meu ponto, porque, a partir da hora que eu estou dentro da empresa tudo o que acontece, que ocorre, um acidente eu tenho que provar que eu estava aqui dentro né... Daí eu bato meu ponto, e é todo o dia né, daí você tem que ver se os produtos subiu, abaixou, a comercialização do produto, geralmente tem uma promoção. Hoje é de uma TV, amanhã pode ser de um refrigerador, tem que acompanhar pra que a hora que o cliente entrar na loja, estar especificado aqueles produtos, porque daí tá anunciado na mídia, e o cliente chega na loja, daí você vai procurar, não sei, quando ele entrar ele já vê aquilo pelo qual ele veio atrás procurando...

Karen: Mas vocês vêem os preços via internet?

Neuza: Não... Nós temos a intranet, é um sistema interno da loja, por exemplo, o preço que tá aqui pra mim ele vai estar lá na Bahia, Minas Gerais, Brasília, qualquer lugar do Brasil, nas 1422 lojas é o mesmo preço de venda... É o mesmo, tanto lá como aqui, então mudou, mudou no Brasil todo, todas as lojas. (CUNHA, Neuza, 2011).

A tecnologia também é utilizada pela loja devido à necessidade constante de se comunicar com os seus funcionários de uma forma mais dinâmica. Segundo os entrevistados, praticamente todo o dia a empresa manda algum *e-mail* repassando algumas informações a respeito da organização do trabalho. Pequenos cursos sobre métodos de vendas, novos produtos e novas tecnologias que a empresa passará a vender, para que o funcionário saiba explicar para o cliente e, conseqüentemente, venda o produto. Portanto, um funcionário com dificuldades de acessar um *e-mail* acabaria dificultando esse contato da empresa. A narrativa de Rosângela, ex-vendedora das Casas Bahia demonstra essa questão, ao abordar os cursos e treinamentos que a Casas Bahia envia diariamente em seu *e-mail*.

Karen: Mas agora, esses cursos da internet, vocês fazem diariamente?

Rosângela: Diariamente...

Karen: Sério, todo o dia Rosângela?

Rosângela: Praticamente... Tinha dia que voc e deixava, dois, tr es, quatro, pra fazer depois, dia que dava muito movimento, coisa assim... Mas direto tinha, curso... Voc e abria a tela...

Karen: Vem no *e-mail*?

Rosângela: Sim, voc e abria e j a aparecia, n e... Tipo assim, como vender uma LCD, o que   plasma, tudo coisinha assim, da i vinha às perguntas n e... E com tr es op c o, da i voc e marcava o "xiszinho" l a e da i mostrava se tava certo ou não, te dava a nota e te dava o certificado. (ORTIZ, Rosângela, 2011).

Na organiza o do trabalho, tanto nas Casas Bahia como na loja Ponto Frio, se leva em conta a habilidade maior ou menor do funcionário com tecnologia, na hora da contrata o e da determina o do setor de trabalho do funcionário, principalmente na área de vendas. Obviamente, a contrata o e a localiza o do trabalhador não leva somente esse fator em considera o, mas também a própria necessidade da loja de contratar um vendedor para determinado setor por demissão de algum funcionário, pelo aumento do número de vendedores de um departamento específico ou até por não ter um quadro dentro da loja que possa ser remanejado entre os setores.

A prática da loja Ponto Frio na divisão dos vendedores pelos setores na área de vendas, segundo Neuza, que exerce fun o de sub-gerência e que também pode ser observada nas Casas Bahia,   a identifica o na entrevista pelas características pessoais do trabalhador contratado. O objetivo da loja   se utilizar das características da força de trabalho da forma mais lucrativa possível.

Depois, o recém contratado   observado por um determinado período, para que a loja avalie seu desempenho no setor. Se for positivo ela o mant m na mesma fun o. Também pode realizar uma transferência de departamento se perceber que vendendo outro tipo de produto ele poderia render mais ou o demite.

Karen: E tipo, como que faz essa divisão assim na loja, as pessoas que vão trabalhar na linha branca, que vão trabalhar na linha marrom, tem alguma...

Neuza:   sempre visto um período... Sempre foi assim, aquela pessoa que se identifica mais vendendo liquidificador, lavadoras, outro se identifica vendendo mais informática, vídeo. (CUNHA, Neuza, 2011).

Portanto, na divisão de setores das lojas, em geral, os trabalhadores que têm uma maior identifica o com tecnologias, maior no o de informática e eletr nica e

consigam apreender de forma mais fácil e rápida as diversas novidades características dessas áreas são designados para as vendas de eletroeletrônicos, que são os setores de “linha marrom” na loja Ponto Frio e “linha leve” (informática e celulares) e “linha marrom” (som e imagem) nas Casas Bahia.

A divisão em pequenos setores é a forma de organização da área de vendas em ambas as lojas. A área de vendas da loja Ponto Frio está dividida em linha marrom (som, imagem, informática, celulares), linha branca (eletrodomésticos) e móveis. Nas Casas Bahia a divisão é da linha leve (informática, celulares), linha marrom (som e imagem), linha branca (eletrodomésticos) e móveis.

A alta tecnologia agregada nos produtos do setor de eletrodomésticos (refrigeradores, fogões, microondas) exige que seus vendedores também tenham noções básicas de funcionamento dos produtos e consigam trabalhar com alguma informação técnica, as repassando para os clientes. Porém, por ter menos inovações que o setor de eletroeletrônicos, pelas próprias características dos produtos do setor, conhecimento técnico é menos cobrado do que no setor de eletroeletrônicos.

No setor de móveis essa necessidade não se faz muito presente, portanto os trabalhadores que têm menor conhecimento de tecnologias e afins, que se identificam menos com esses produtos ou que preferem trabalhar com a venda de móveis (gosto pessoal, necessidade própria da loja) são recrutados para este setor.

Erni, vendedor de móveis das Casas Bahia, pontua a sua dificuldade de acompanhar as novidades e as informações técnicas dos produtos com maior tecnologia e a maior facilidade que tem de trabalhar com a venda de móveis, o que faz com que se “identifique” mais com este setor. Essas características podem ser prejudiciais para seu desempenho caso mudasse de setor. Tanto por sua dificuldade em trabalhar e, conseqüentemente, vender esse tipo de produto, o que também poderia vir a refletir em seu salário.

Erni: Eu realmente acho que a parte de móveis é que eu gosto de vender... Acho que se eu mudasse de setor, ia ser complicado pra mim... É questão de conhecimento, você chega lá “ah, essa TV tem o que?” “HDI, HDMI, é LED não sei o que...” Então tem muita informação, informação técnica, é que nem essa geladeira aqui tem um consumo menor de energia... Tem muita coisinha que eu ia demorar pra pegar entende... Então eu prefiro vender os móveis...

Móvel é uma coisa mais fácil assim... Como que a gente tá aqui já é mais tranquilo... Não é só vender, tem que organizar a entrega a montagem, às vezes não tem no estoque disponível... Tem que se organizar certinho. (LORENZETTI, Erni, 2011).

A troca de setor dos vendedores não acontece somente quando o funcionário é novo e está em um período de adaptação. Quando o trabalhador é contratado como vendedor, tanto nas Casas Bahia como na loja Ponto Frio, não é acordado como vendedor de determinado setor ou produto, mas somente com a função de “vendedor”.

Uma prática que se pode observar nas duas redes é de uma espécie de “rodízio” de setores entre os melhores vendedores. Segundo a narrativa de Rosangela, o objetivo das Casas Bahia com o rodízio é remanejar (provisoriamente ou não) os considerados “vendedores de ponta”, ou seja, que vendem muito bem no seu setor ou se destacam na venda dos produtos financeiros comercializados pela loja, transferindo este trabalhador para alguma seção que necessite alavancar as vendas e fechar as suas cotas.

Karen: Mas tipo, você falou que tinha um rodízio, o gerente é quem determina quem vai girar de setor? Se a pessoa não está se dando bem aqui, ela vai para outro setor, ou se a pessoa vende muito vai pra outro setor, pra ver se vende lá também?

Rosangela: Exatamente, se a pessoa vende muito no setor de móveis, por exemplo, tinha o Cristiano que vendia muito serviço (os seguros que a empresa trabalha), se vende muito serviço, e se tá precisando de um vendedor de ponta na linha de frente ou na linha de informática, eles colocam lá, o vendedor lá pra fazer alavancar o setor que ele está... Se ele vende bem num setor, por que ele não vai vender bem noutro? Ele não é contratado como vendedor de móveis ele é contratado como vendedor Casas Bahia né. (ORTIZ, Rosangela, 2011).

A conotação que esse rodízio tem entre os vendedores, do ponto de vista da gerência e também na fala da própria trabalhadora, é de um teste, um desafio para o “bom” vendedor. Como foi exposto acima, o trabalhador não é contratado como vendedor de um determinado setor, mas com a função de vendedor, portanto, ele tem que desempenhar bem sua função em todos os setores da loja.

Interessante observar que o “conhecimento especializado” do trabalhador como, por exemplo, o conhecimento sobre tecnologia é utilizado pela empresa na

medida em que beneficia a sua lucratividade. O trabalhador ao se “identificar” mais com tecnologia, ter mais facilidade para saber sobre as funções dos celulares, televisores e logo ter mais informações que podem fazer com que o cliente compre o produto, se torna uma vantagem lucrativa para a empresa.

No entanto, se acaso a necessidade da loja for com que o trabalhador passe para outro setor, indo vender móveis, por exemplo, já se utiliza do recurso do “trabalhador polivalente”, facilmente adaptável, já que o vendedor não é contratado como vendedor de TV e notebook, mas “vendedor Casas Bahia”. Sendo assim, tem que saber vender em qualquer setor e qualquer produto.

A quantidade de funcionários de cada loja, do número de trabalhadores de cada setor (caixa, crediário, vendas), é determinada por vários fatores: fluxo de vendas da filial, tamanho da loja, metro quadrado de venda, tamanho da cidade entre outros.

A loja Casas Bahia trabalha com uma padronização de acordo com o porte (tamanho) que a loja se encaixa. Infelizmente, a empresa não repassou informações referentes ao porte da loja que a filial de Cascavel se enquadra. Segundo os funcionários, o padrão para a filial de Cascavel seria de 36 vendedores, cinco caixas, oito crediáristas, duas zeladoras, o gerente, mais os funcionários do estoque, equipe de montagem e entrega e o administrativo – cerca de 70 funcionários.

Já na loja Ponto Frio, segundo conversa com funcionários, não existe um padrão estabelecido como ocorre nas Casas Bahia. O que determinaria o número de funcionários de cada loja seria o fluxo de vendas. Na filial de Cascavel são 15 vendedores, quatro caixas, três crediáristas, uma zeladora, o gerente e mais administrativo, chegando a aproximadamente 30 funcionários.

Não foi possível conseguir os dados exatos sobre as lojas, pois tanto as Casas Bahia como a Ponto Frio não repassam informações administrativas. Os sindicatos dos trabalhadores²⁵ também não divulgaram essa informação. Em

²⁵ Existem dois sindicatos que representam os trabalhadores nas lojas. O Sindicato dos Empregados no Comércio de Cascavel e Região (SINDECCASCABEL) e o Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Serviços Contábeis, Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisa e em Empresas Prestadoras de Serviços do Estado do Paraná (SINDASPP), que teria como sua base os trabalhadores do setor do crediário e caixa, pois não corresponderiam como atividade comercial segundo os diretores do SINDECCASCABEL. Esse fator colabora para a fragmentação da base, dificultando uma atuação sindical. Não tenho por objetivo nesta pesquisa discutir em profundidade a

conversas e nas entrevistas com os trabalhadores da loja, eles não quiseram falar sobre dados da empresa, pois são proibidos de ceder qualquer tipo de informação sem autorização da gerência – o que se torna ainda complicado, pois a maioria das entrevistas foi realizada na loja.

Na loja Ponto Frio, os setores do caixa e do crediário são terceirizados. Após a compra da rede Ponto Frio pelo Grupo Pão de Açúcar, o caixa deixou de ser administrado pela financeira da loja Ponto Frio, a PontoCred, para ser executado pela financeira do Pão de Açúcar em parceria com o Itaú, a FIC (Financeira Itaú e CBD – Companhia Brasileira de Distribuição). Os funcionários desses setores, portanto, são contratados diretamente pela financeira e não pela loja. Inclusive fazendo parte de outra base sindical que não é a comerciária, mas a de prestação de serviços. O setor de entrega e montagem também era terceirizado, porém após a fusão das Casas Bahia com Pão de Açúcar, na filial de Cascavel, a equipe das Casas Bahia passou a realizar também as entregas e montagens da loja Ponto Frio. Contudo, no caixa e no crediário até o momento da pesquisa não houve alteração.

Em relação à organização do trabalho e a distribuição dos trabalhadores na loja, uma espécie de divisão sexual do trabalho pode ser identificada nas redes pesquisadas. Dos 15 questionários respondidos por funcionários da loja Ponto Frio, oito são de trabalhadoras do sexo feminino e sete masculino. Nas Casas Bahia, os nove entrevistados são constituídos de seis homens e três mulheres.

A questão não seria uma divisão quantitativa, mas na organização do trabalho da loja, com funções exclusivamente masculinas e outras femininas. As funções exclusivamente femininas seriam de caixas, zeladoras, crediário. Funções que requerem maior senso de organização, cuidado e limpeza. Enfim, “qualidades” que seriam atribuídas ao universo feminino, não tendo nenhum homem nesses postos em nenhuma das lojas. As funções exclusivamente masculinas são de entrega, montagem, motorista e estoquista. Funções que exigem atribuições como força e boa direção de veículos. Isto é, características que são hegemonicamente atribuídas aos homens. Os gerentes das duas lojas são homens. Pela observação do setor de

questão sindical no setor do comércio. Porém, ela será novamente comentada ao discutir a luta dos trabalhadores comerciários contra a abertura do comércio de Cascavel aos domingos.

vendas, na função de vendedor, os homens são maioria tanto nas Casas Bahia como na loja Ponto Frio.

No setor de vendas, os vendedores em ambas as lojas são distribuídos pelo fluxo de vendas de cada setor. Os setores com maior fluxo de vendas têm maior número de vendedores. No caso da loja Ponto Frio, por exemplo, a loja não tem como carro chefe a venda de móveis. Por isso, não possui uma grande variedade de produtos neste setor. Portanto, na visão da gerência são necessários somente dois vendedores para dar conta do atendimento aos clientes e demais atribuições (arrumação, organização). O restante dos vendedores é dividido entre os setores de eletrodomésticos e eletrônicos.

Com a distribuição em setores da área de vendas, cada equipe de vendedores fica responsável pelas atividades do seu setor, desde a organização, cartazamento, limpeza, até a venda do produto propriamente dita. A princípio, um vendedor do setor da linha branca não pode vender, por exemplo, um móvel, tendo que encaminhar o cliente ao vendedor responsável para efetuar a compra de algum produto que não cabe ao seu setor.

Porém, segundo Neuza, em alguns momentos todos os funcionários do setor estão ocupados, fazendo com que um vendedor de outro setor efetue a venda, já que o cliente seria a prioridade e a venda tem que ser efetuada. A sua fala é muito significativa de como funciona a questão da setorização da área de vendas e a organização do trabalho.

Karen: E a loja que vai dividindo os setores...

Neuza: Chegou o meu cliente lá, compra uma TV, eu fiz uma venda lá de uma TV, um computador pra ela, aí o cliente diz assim "agora eu quero ver um refrigerador", aí eu encaminho ela até o vendedor que vende o refrigerador, "olha, esse cliente aqui quer ver um refrigerador", aí ele quer comprar um móvel aí, o Daniel vai direcionar pra outro vendedor que vende móvel...

Karen: Eu que vendo móveis, eu não posso vender TV e DVD?

Neuza: Não... Você tem que vender só móveis, a não ser que... Mas também não é aquela regra, que você tem que vender só móveis, tem cliente lá, eu tenho que tá atendendo ele, se não tiver ninguém pra você atender, e você não vende móveis, você pode ir lá atender ele, o cliente é prioridade...

Karen: Pode lá e vender... Mas com a matrícula não tem problema?

Neuza: Não, não... A venda sai pra você...

Karen: Mas não tem que passar por autorização do gerente ou coisa assim?

Neuza: Não... Tua matrícula tá em aberto, você tá ali, tem um cliente olhando um refrigerador e ninguém pra atender. Qual que é a prioridade? O cliente. Você ir lá e vender, se os do departamento tive tudo ocupado, por que você já imaginou, vamos supor... Que a Neuza ou o Roberson vende geladeira, nós estamos ocupados eu vou ter que me desocupar pra ir vender outra coisa pra ele, não tem como... Então, se tiver tudo ocupado, independente, você pode ir lá e vender... Mas, geralmente, sempre tem assim dividido por quantidade de vendedores uma média pra cada cliente, sempre tem um desocupado... A hora que um tá ocupando o outro tá desocupando então é uma corrente né. (CUNHA, Neuza, 2011).

Sendo assim, cada vendedor teria que vender somente no seu setor. Com isso, até a quantidade de funcionários da loja é baseada em um número que garanta que, enquanto um funcionário comece a atender um cliente, existe um outro livre para um novo atendimento. Porém, em alguns momentos de maior movimento e, como se percebe pelo quadro enxuto de funcionários da loja, um vendedor de outro setor pode fazer o atendimento se tiver desocupado. Inclusive sem ter que pedir autorização da gerência, já que a sua matrícula é desbloqueada pra qualquer setor, pois, por mais que ele esteja em um setor, ele não é contratado especificamente para aquele.

Por mais que a trabalhadora fale que em geral, a empresa contrata a quantidade de vendedores por número de clientes, fica flagrante, portanto, a forma de trabalho da loja e as práticas de exploração do trabalho: operando com quadro enxuto de funcionários, usando meios para intensificar a jornada de trabalho, fazendo com que um trabalhador “tape o buraco” de outro, ao invés da contratação de outro funcionário. Importante ressaltar que Neuza exerce função de sub-gerência e líder de vendas, o que pode contribuir para este posicionamento.

Mesmo com um maior número de vendedores que a loja Ponto Frio, com um maior fluxo de vendas e maior espaço físico em Cascavel, as Casas Bahia também trabalha com um quadro reduzido de funcionários, fazendo com que em determinados momentos um trabalhador tenha que atender dois, até três clientes ao mesmo tempo.

Na fala de Roberson Justino, encarregado de vendas da região sul do país e responsável pelo treinamento dos vendedores, pode-se perceber as formas que a empresa articula a insuficiência de funcionários com a organização do trabalho

baseada no quadro enxuto – formas da empresa tentar garantir um “bom atendimento” ao cliente, mesmo com um quadro de funcionários insuficiente.

Karen: Tem todo um treinamento, de como atender um cliente?

Roberson: Tem sim... Tem hoje um treinamento que a gente chama de “show de vendas”, através desse treinamento que a gente aborda sempre receptividade ao cliente, agilidade no atendimento... Devido a gente trabalhar com um quadro pequeno de funcionários muitas vezes a gente tem que atender dois, três clientes ao mesmo tempo, tem que estar sempre atento. Aí, quando o cliente entrar na loja, a abordagem, o respeito ao cliente, transparências nas negociações, a gente tem todo um método da gente trabalhar. (JUSTINO, Roberson, 2011).²⁶

Ao invés da contratação de mais funcionários, a empresa investe em cursos e treinamentos, como método “show de vendas”, utilizado para que o vendedor consiga trabalhar de modo a atender vários clientes ao mesmo tempo, com atenção e respeito. Portanto, além de ter sua jornada de trabalho intensificada, atendendo vários clientes, o trabalhador ainda é cobrado para abordar o cliente com simpatia, fazendo com que este espere alguém vir atendê-lo e não desista de comprar na loja.

O “show de vendas” faz parte do PROVE – Programa de Treinamento em Vendas das Casas Bahia, projeto elaborado em 2004 pela empresa “Sucesso em Vendas”, que faz parte do Grupo Multiprime, atuante no Brasil e em Portugal e trabalhando com implementação de projetos de treinamento contínuo nas empresas.²⁷

Este projeto foi implantado em todas as filiais e tem como base um diagnóstico de avaliação permanente da equipe de vendas, visando o aprimoramento da metodologia das vendas e aumento da produtividade. Para a elaboração do projeto, foi feita uma avaliação em 55 lojas da rede, incluindo visitas surpresa nas lojas e vários encontros com os principais vendedores. Suas “melhores práticas” são analisadas pela gerência e pela empresa, que as utiliza de modelo para elaboração do método de vendas das Casas Bahia.

Roberson é um dos responsáveis pela parte de treinamentos do PROVE. Anteriormente, trabalhava como vendedor nas Casas Bahia de Cascavel. Hoje, a

²⁶ Roberson é encarregado de vendas das Casas Bahia, responsável por toda a região Sul do Brasil. A entrevista foi concedida na loja Ponto Frio, com continuação na Casas Bahia de Cascavel – PR.

²⁷ Informações disponíveis em <<http://www.sucessoemvendas.com>>. Acesso em 02/10/11.

função dele é treinar as equipes de vendas em todo o sul do país. O treinamento consiste em entrevistas com os funcionários, aulas teóricas, treinamento prático no “chão da loja”, com objetivo de trabalhar as dificuldades do indivíduo e da equipe, aumentando a produtividade. A duração do treinamento é por volta de quinze a trinta dias em cada filial, com um retorno após um período de quinze dias, para ofertar uma manutenção para a equipe.

Karen: E vocês vão fazendo uma parte individual, tipo de entrevistas como você falou?

Roberson: Sim, entrevistamos o vendedor queremos saber qual a dificuldade dele. Em cada filial que eu chego, eu faço uma entrevista com eles também, pra saber o histórico dele também, da onde ele vem, o que ele fazia, como que ele veio até a nossa empresa... Isso é bacana também porque você vai conhecendo as pessoas, se a gente não conhecer, eu não tenho como chegar aqui e exigir do Hélio, por exemplo, do Ivo, e dizer, olha a partir de hoje é assim... Tem que treinar, cobrar, motivar, e depois ele vê o resultado... Porque o resultado vai favorecer ele mesmo, vai favorecer ele né...

Karen: O treinamento é presencial?

Roberson: Sim, a gente faz treinamento presencial, em sala de aula... Aí a gente passa pro chão de loja, pra parte prática... A gente tem isso também... Depois da manutenção pro treinamento, eu venho e volto...

Karen: É como se fosse um treinamento teórico e depois prático?

Roberson: Sim, isso... E depois no chão de loja, a gente passa pontuando tudo o que a gente passou no treinamento, transparência na negociação, simpatia, simplicidade ao falar com o cliente... Às vezes você vai atender um cliente mais simples, mais humilde, se você vai usar determinados... Por exemplo, o cliente está comprando uma televisão, às vezes é um cliente em potencial, mas ele está saindo de uma TV 20 polegadas, se você começar a falar com ele de *full* HD, HDMI, muitas vezes você tem que não usar esse termos técnicos né... “Olha *full* HD, 1920 x 1080, você tem uma tela mais nítida”, passando isso com mais simplicidade pra ele pra ele não se assustar, né. Pra ele não chegar em casa e pensar se vai saber ligar essa televisão, então tem que tomar cuidado com essas questões que a gente passa. (JUSTINO, Roberson, 2011).

A fala de Roberson também é interessante, pois nota-se uma série de valores que a empresa julga como necessários e anseia repassar para a sua força de trabalho, tais como: “honestidade”, “transparência”, “simpatia”, “receptividade ao cliente”, “respeito”. Buscando, assim, uma maior produtividade e um maior consentimento por parte do trabalhador.

A partir das fontes, pode-se observar que uma série de requisitos e características são exigidos do trabalhador não somente no momento de executar o seu trabalho, mas também na hora da contratação. Certo tipo de conhecimento, qualificação, experiência na área, disponibilidade de horário, são elementos colocados para o trabalhador para conseguir determinada vaga de emprego.

Porém, é importante ressaltar que muitas vezes as empresas têm que retroceder em suas exigências, quando existe a necessidade de contratação e não encontra candidatos que cumpram esses critérios, mesmo se tratando de atividade comerciária, que em geral absorve uma mão de obra muito pouco especializada.

Muitas vezes, a falta desses atributos é utilizada como motivo para culpabilizar o próprio trabalhador por estar em determinada situação, como o desemprego ou em emprego com piores condições de trabalho. Esta concepção é justificada por meio do argumento altamente difundido no mercado de trabalho brasileiro sobre a “falta de mão-de-obra qualificada”. Ou seja, o trabalhador que é culpado por sua “incapacidade” de se adequar ao que exige o mercado de trabalho.

2.2 CONCEPÇÕES E PRÁTICAS DOS TRABALHADORES A RESPEITO DA ORGANIZAÇÃO E DAS RELAÇÕES DE TRABALHO

A partir das trajetórias ocupacionais, baseadas em suas experiências de vida e trabalho e de como constroem as referências para questionar ou legitimar suas relações de trabalho, pode-se admitir que para a maioria dos trabalhadores entrevistados seja melhor trabalhar nas lojas Ponto Frio e nas Casas Bahia (principalmente) do que em outros lugares. Porém, esta visão positiva do trabalho não está relacionada unicamente com as ocupações anteriores desempenhadas por esses trabalhadores, pelas quais, como foi apontado, recebiam remuneração inferior e tinham piores condições de trabalho.

Vários elementos foram indicados pelos trabalhadores para justificar essa positividade e devem ser problematizados, principalmente por se tratar de uma pesquisa que tem por objetivo compreender os sentidos e significados atribuídos pelos trabalhadores sobre os seus processos de trabalho. Nas narrativas dos

entrevistados tanto o salário, os benefícios que a empresa oferece, o plano de carreira, como o fato de serem grandes redes, foram questões pontuadas para justificar a visão positiva que atribuem ao trabalho nas lojas Casas Bahia e Ponto Frio.

Em relação ao salário, a maioria dos trabalhadores das lojas avaliou que seu salário é bom, ou “digno”, principalmente nas Casas Bahia, que oferece uma remuneração um pouco superior à da loja Ponto Frio. Porém, esse salário aparece como bom quando relacionado a uma série de elementos, desde as suas trajetórias ocupacionais – como já observado – até a uma análise do mercado de trabalho feita pelos trabalhadores e as possibilidades que visualizam.

Na loja Ponto Frio, a média salarial de um vendedor, de acordo com a fala dos trabalhadores, seria entre R\$ 1.500,00 a R\$ 2.000,00. Os trabalhadores do crediário recebem, em média, R\$ 1.000,00. Infelizmente, a pesquisa não teve contato com trabalhadores de todas as funções executadas na loja e a empresa não informou o valor médio da remuneração recebida pelos seus funcionários.

Segundo os entrevistados, um vendedor das Casas Bahia recebe entre R\$ 2.000,00 a R\$ 2.500,00 mensais. Além do setor de vendas, a outra faixa salarial que a pesquisa conseguiu identificar, através das entrevistas realizadas, foi da função de cobrador externo que ganha, em média, a metade da remuneração de um vendedor, cerca de R\$ 1.000,00.

A diferença salarial entre as duas lojas pode ser identificada. Porém, segundo Erni, vendedor das Casas Bahia, essa diferença salarial não seria somente em relação a Ponto Frio, mas em comparação às outras lojas do comércio de Cascavel. “Então assim, não tem muita reclamação da loja não... na verdade assim... hoje se você fazer um diagnóstico do mercado aí, é a loja que mais paga...”.

Além das indicações sobre o mercado de trabalho realizado pelo entrevistado, é de extrema importância ressaltar que, na fala de Erni, o salário aparece como motivo para que não haja muitas reclamações sobre as relações de trabalho na loja.

Para problematizar e compreender essa indicação feita pelo entrevistado é necessário se debruçar sobre o universo do comércio de Cascavel, já que Erni indica que é a partir da análise do comércio da cidade e das possibilidades de remuneração que a Casas Bahia estaria no “topo” dos melhores salários.

Segundo dados do Ministério do Trabalho e do Emprego e do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES), no de 2010, Cascavel possuiu 98.747 postos de trabalho formais, sendo o comércio (atacadista e varejista) responsável por 24.642 (25%) destes. O setor industrial corresponde a 44.093 (45%), principal ramo de atividade da cidade. Já no setor de serviços há 26.936 (27%) e na agricultura 3.076 (3%).

Somente o comércio varejista foi responsável por 18.608 empregos formais, com 3.319 estabelecimentos. Em cerca de 10 anos, o varejo mais que dobrou o número de trabalhadores ocupados formalmente no setor, o que demonstra a expansão da atividade na cidade.

Tabela 02 – Total de empregos formais no comércio varejista de Cascavel

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
9.600	10.371	11.175	13.274	14.148	15.144	16.073	16.830	17.511	18.608

Fonte: IPARDES (Bando de dados RAIS)

Ao analisar as médias salariais dos trabalhadores ocupados nas atividades que mais contrataram em Cascavel, situação em que se encaixa o comércio varejista, entre o período de janeiro a novembro de 2011, pode-se perceber que a indicação feita por Erni de fato se confirma. Ressaltando que esses dados são importantes não somente para discutir as relações salariais no comércio varejista, mas também para visualizar o padrão salarial dos trabalhadores ocupados em outras atividades.

Tabela 03 – Médias salariais de admissão por ocupações que mais contrataram (Período: Janeiro de 2011 a Novembro de 2011)

Embalador, a mão	582,04
Atendente de lanchonete	599,08
Zelador de edifício	600,72
Cozinheiro geral	645,70
Trabalhador da avicultura de corte	652,38
Repositor de mercadorias	659,10
Operador de caixa	665,52
Recepcionista, em geral	669,54
Alimentador de linha de produção	693,92
Auxiliar de escritório, em geral	698,23
Abatedor	700,81

Armazenista	715,48
Promotor de vendas	722,51
Servente de obras	725,24
Vendedor de comércio varejista	730,99
Retalhador de carne	737,28
Assistente administrativo	827,65
Pedreiro de edificações	986,45
Motorista de caminhão (rotas regionais e internacionais)	1.001,82
Pedreiro	1.032,78

Fonte: MTE/CAGED

Portanto, o salário médio de um trabalhador ocupado no comércio varejista é R\$ 730,99. Salário muito próximo a funções que teriam, pelo senso comum, menor “valorização social” que a de vendedor. Por exemplo, servente de obras (R\$ 725,24), um trabalho que exige maior esforço físico, identificado geralmente como sendo um trabalho sujo e bruto.

Com as médias salariais indicadas pelos trabalhadores das Casas Bahia e Ponto Frio é notável e concreta a diferença salarial das duas lojas em relação ao comércio em geral. Os trabalhadores das Casas Bahia e também da loja Ponto Frio ganham, em média, o triplo do padrão salarial do comércio da cidade. Retomando a fala de Erni, trabalhador das Casas Bahia, e com os dados obtidos, o que se pode indicar é que as Casas Bahia por estar no “topo” dos melhores salários acabam por significar para o trabalhador comerciário como uma das melhores alternativas possíveis a ser atingida neste ramo, em Cascavel.

Entretanto, essa diferença na remuneração das Casas Bahia e da loja Ponto Frio se dá sobre a produtividade das vendas dos produtos da loja e dos serviços financeiros. Os vendedores das duas lojas são contratados com um salário base e recebem a mais pela produtividade alcançada. O salário base é o salário do piso da categoria, que segundo a convenção coletiva de junho de 2011, do Sindicato dos Empregados em Cascavel e Região, está estabelecido em R\$ 768,00 para o vendedor comissionado. Caso em que se encaixam os trabalhadores das lojas em questão.

Sendo assim, o salário base dos vendedores se situa próximo à faixa da média salarial apresentada pelo MTE. Ou seja, somado à produtividade pode-se admitir que o salário real pago aos vendedores das Casas Bahia e da loja Ponto Frio se situa muito acima que a média dos vendedores do comércio varejista da cidade.

Se formos considerar a diferença entre o salário real pago pelas Casas Bahia e Ponto Frio e o salário base do comércio, a produtividade corresponde para esses trabalhadores mais de 50% do total de sua remuneração.

O valor de R\$ 768,00 é estipulado, segundo a Convenção Coletiva, enquanto uma “garantia de remuneração” entre os salários normativos da categoria, para assegurar um subsídio mínimo mensal para os vendedores empregados no comércio que recebem comissões. Essa proteção é para que o trabalhador, mesmo sem alcançar as metas de vendas estabelecidas pela empresa, ou quando está em treinamento, receba uma quantia fixa no final do mês.

As Casas Bahia e Ponto Frio buscam constantemente jogar com a questão da produtividade, utilizando-se de inúmeros argumentos e também da gratificação material, através das comissões, para que os trabalhadores sempre busquem superar o piso, já que eles podem fazer seu próprio salário vendendo mais e assim ganhando melhor. A fala de Roberson, que tem como função treinar e motivar os trabalhadores para que sejam cada vez mais lucrativos para a empresa, possibilita perceber o jogo da empresa sobre a produtividade:

Karen: Mas assim, quanto que você acha que está um salário de um vendedor?

Roberson: Têm vendedores que ganham quase R\$ 5000,00, têm vendedores que ganham menos...

Karen: Varia bastante?

Roberson: Varia bastante de um vendedor pro outro... Têm horas que a gente passa aí, têm vendedores que mostram o holerite, e eles ganham muito mais do que eu... Mais do que gerente... Daí tem aquele cara que não quer ser gerente, que quer continuar a ser vendedor, porque ganha mais...

Karen: A Casas Bahia, se a pessoa não bate a venda, ela garante o piso do comércio?

Roberson: Todas as empresas garantem, tem o salário do comércio, todas elas... Mas assim, isso não acontece nas Casas Bahia, porque sempre o vendedor ganha bem mais do que isso... Deve estar em torno de uns R\$ 770,00 reais... Todos ganham mais do que isso...

Karen: Mas daí se a pessoa não bateu a cota, ou está no começo, a Bahia garante o piso?

Roberson: Sim... Mas assim, geralmente quando o vendedor entra, ele tem um prazo aí de um mês, de um mês que ele vai ficar em treinamento, ele tem esse piso, mas depois que ele começa a vender, ele mesmo não quer ganhar esse salário... Ele já busca muito mais né... Já vê possibilidade de crescimento do salário e como eu te falei, o vendedor hoje se ele não tiver ambição, as empresas hoje elas te cobram, mas elas te remuneram muito bem...

Hoje dentro da empresa a gente tem comissões de 1,20% até 7,5%, o cara pode ganhar bem, basta querer, basta saber trabalhar... É bacana. (JUSTINO, Roberson, 2011).

Importante perceber na fala de Roberson que quando questionado sobre o salário que recebe um vendedor das Casas Bahia o entrevistado aponta um valor muito acima (R\$ 5000,00) do que pode ser verificado pela pesquisa (R\$ 2000,00 a R\$ 2500). Esse valor seria tão positivo que mesmo um convite para uma função de gerência seria recusado por alguns vendedores. Parece que a intenção do entrevistado é querer passar uma boa imagem da empresa, que nas Casas Bahia o funcionário pode ganhar bem, basta querer e ter ambição, já que este será remunerado por isso. Portanto, ao invés de uma relação de exploração entre patrão e empregado, seria uma relação de troca, onde os dois pólos seriam beneficiados. Sendo assim, as possibilidades que a empresa oferece fazem com que o funcionário se recuse a receber somente o piso do comércio e busque muito mais.

Na entrevista de José da Silva, vendedor das Casas Bahia, o fato do trabalhador não querer receber apenas o piso da categoria não é motivado somente pelo valor da ambição ou da possibilidade dada pela empresa de crescimento de salário, como pontua Roberson, mas pela insuficiência desse valor para garantir o mínimo de conforto, principalmente se tratando de um pai de família. Como mostra a entrevista a seguir:

José: Pois é... Imagina eu... Ganhar R\$ 700, 00 o quê que eu faço? Não tem como... Hoje o salário do comércio é uma vergonha, o cara tem que morar lá no fundo da cidade, lá num barraco, pra paga o que, 200 reais de aluguel, e daí sobrevive do quê? Viver como? Transporte, comida, filho, tudo... É uma vergonha... Porque tem um monte de gente que sobrevive aí de má fé é por que não tem como sustentar uma família inteira...

Karen: Não tem como né...

José: Ó, você mora num bairro... Paga aí, 390 reais, lotação, comida, e os filhos, como que fica? E a água, e a luz? Não tem, não tem... Tem que correr atrás disso... Ó eu mesmo, cheguei em casa lá, olha, tem que comprar roupa, eu tenho um guri 25 anos, um de 16, um de 10, e um de 5 meses. (SILVA, José, 2011).

José deixa claro a insuficiência do piso da categoria, ou seja, do seu salário base para garantir suas necessidades de moradia, alimentação, transporte entre outras. O cálculo que faz não demonstra um trabalhador completamente “adaptado”

ao discurso da empresa de fazer o seu salário, mas de um trabalhador que acaba percebendo, de forma concreta, uma alternativa para conseguir obter melhores condições de vida, para ele e sua família com a remuneração da comissão.

As comissões nas Casas Bahia e na loja Ponto Frio variam em relação ao produto vendido em cada setor. Segundo os entrevistados, as comissões sobre as vendas variam entre 0,5% para produtos de maior valor (como televisores, refrigeradores, etc) até 4% para os de menor valor (celulares, batedeiras, liquidificadores, etc). Nas Casas Bahia a média é cerca de 1%, sendo mais baixa que da rede Ponto Frio, que teria uma variação maior entre os produtos e setores.

Essa variação é utilizada pelas empresas para que todos os trabalhadores vendam toda e qualquer mercadoria disponível na loja. Pois, por exemplo, algum vendedor poderia se recusar ou atender mal um cliente que vá até a loja comprar um produto de baixo valor, já que a comissão seria muito pequena. Além de ser uma forma da empresa não pagar uma comissão muito elevada ao trabalhador, quando efetuar uma venda de televisor de alto preço, por exemplo.

As metas são distribuídas pelos gerentes no início do mês, sendo constantemente lembradas e conferidas através das reuniões praticamente diárias com os trabalhadores. As metas dos trabalhadores comerciais na área de vendas consistem na venda dos produtos da loja (TV's, geladeiras, móveis) e dos demais serviços que a loja oferece (seguros, plano odontológicos). No setor do crediário, a meta consiste entre a realização dos cartões da loja, sendo estes do cartão de compras da loja ou o cartão de crédito da loja Ponto Frio – com bandeira Mastercard – e de conversão desses cartões. Ou seja, após o cartão ser aprovado, um percentual desses cartões tem que efetuar uma compra no mesmo dia e também de vendas dos produtos financeiros.

Na organização da empresa, tanto nas Casas Bahia como na loja Ponto Frio, existe a meta da empresa sobre as vendas, os produtos financeiros e o crediário. Na loja Ponto Frio a meta de vendas da filial de Cascavel é de, aproximadamente, R\$ 500.000,00 a R\$ 700.000,00 por mês. Essa meta muda de acordo com o mês, sendo que nos meses de maior fluxo de vendas – como o mês de maio, por ocasião do dia das mães e no final do ano – ela sobe para R\$ 800.000,00 a R\$ 900.000,00. Infelizmente a pesquisa não conseguiu os valores sobre a meta mensal das Casas

Bahia. Contudo, como já foi pontuado, o fluxo de vendas dela é muito maior que da loja Ponto Frio.

A cota da loja é dividida em setores, sendo subdividida entre os respectivos vendedores. Nas Casas Bahia, a cota mensal de um vendedor de linha branca gira em torno de R\$ 100.000,00 a R\$ 130.000,00, aumentando em meses de maior fluxo de vendas, chegando a R\$ 186.000,00 em dezembro de 2010. Na linha leve, por ter produtos de valor mais baixo, a cota de um vendedor poderia variar entre R\$ 80.000,00 a R\$ 90.000,00 em meses de movimento normal. A do setor de móveis estaria por volta de R\$ 70.000,00 a R\$ 80.000,00, a cota menor do setor se justifica pela característica do produto, já que as pessoas trocam ou adquirem menos móveis do que artigos eletrônicos e eletrodomésticos. A cota de vendas de serviços financeiros seria de 7% em cima da cota de vendas de todos os setores.

Diferentemente das Casas Bahia, na loja Ponto Frio a linha marrom tem uma cota individual por vendedor maior do que a de linha branca, pois a linha leve teria maior comercialização na filial de Cascavel, sendo o “forte” da loja. A cota individual de um vendedor do setor de linha marrom é de R\$ 90.000,00 a R\$ 120.000,00 mensal. Já a cota da linha branca seria de R\$ 80.000,00 a R\$ 110.000,00, com meta de vendas de produtos financeiros de 4% do valor da cota. O setor de móveis é o que tem o menor valor de cota da loja, além da característica dos produtos do setor como já foi apontado, existiria maior dificuldade de venda na filial de Cascavel – pela falta de logística da empresa na entrega e montagem. Já no crediário, a cota de cartões da loja seria de R\$ 140.000,00 a R\$ 250.000,00 mensais, também com variação em relação ao fluxo de vendas do mês, a meta de conversão desses cartões é de 80%.

Esses valores são estabelecidos para setores de acordo com alguns critérios, desde a característica de cada produto que a seção vende, como por exemplo, na questão dos móveis – como já foi pontuado, um produto que em geral as pessoas trocam ou adquirem menos do que um aparelho celular –, os artigos de principal comercialização da loja e que portanto tem um maior *mix*²⁸ de produtos, o que acarreta em maiores possibilidades de vendas e também as características que se

²⁸ *Mix* de produtos é um termo utilizado no setor do comércio para a variedade de opções de mercadorias e modelos que a loja comercializa.

tornam mais problemáticas em algumas filiais, como a questão da entrega e montagem que é bastante reclamada pelos trabalhadores do setor. Esse não seria um problema somente da filial de Cascavel, já que eles atribuem a má qualidade do serviço pelo fato da entrega ser terceirizada pela rede, porém por ser uma filial pequena, essa questão se acentua ainda mais.

Importante pontuar que, para além das características internas das próprias lojas, existem outros fatores que irão determinar também os valores das cotas da loja e dos setores. Esses estariam ligados às características da cidade em que a filial está instalada, buscando identificar o potencial de compras e a renda média da população local, para que ela possa ter uma noção de quanto cada setor pode vender, quais são os produtos que aquela filial vai comercializar, se existe a possibilidade de vendas de um produto de valor elevado, como por exemplo, um televisor de alta tecnologia. Segundo os entrevistados, tanto as Casas Bahia e a Ponto Frio teriam produtos *top* de linha, pelo fato de Cascavel ser uma das principais cidades do Oeste do Paraná e um pólo agrícola.

A forma da exploração do trabalho através do sistema de cotas tem como princípio estimular a produtividade e a competitividade entre os trabalhadores, já que estes seriam os responsáveis pelo seu próprio salário. Bastando-lhes dedicação e esforço, almejando cada vez ganhar mais e vender mais, pois a empresa lhes permite essa possibilidade por meio do ganho por comissões.

A própria organização do sistema da distribuição das cotas é voltada para isso. Se um trabalhador do setor de eletro, por exemplo, não fechar a sua meta, ele vai acabar por prejudicar o setor inteiro, já que a meta não vai ser cumprida. Se um setor da loja não conseguir fechar a cota em um mês, isso vai prejudicar a loja inteira, porque a filial não vai atingir a sua meta. Como os trabalhadores são remunerados por comissão, isso quer dizer que o cumprimento das metas de cada um, implica no salário do outro.

A entrevista de Erni, vendedor das Casas Bahia, é significativa para compreender como funciona no cotidiano do trabalhador o sistema de metas, a constante cobrança por parte da gerência para que elas sejam atingidas, bem como a exigência entre os próprios trabalhadores.

Karen: Entendo... E quando você não cobre cota, você falou que é muita cobrança, como que é?

Erni: Ah, pega e da uma juntada né... “Vamo trabalhar, tem que correr atrás”, mas o seu Edson é bem tranquilo sabe, ele não chama atenção na frente de todo mundo... Mas assim, quanto mais vender o benefício é pra você, quanto mais você vender... Se você cobrir as cotas, quem vai ganhar é você, no final do mês é o teu ganho que vai aumentar, entendeu você tem que ficar focado né... Às vezes a pessoa dispersa né... Parece que não tem aquele comprometimento entendeu... Por que assim, pra mim cobrir a minha cota, depende de mim... Agora pro gerente cobrir a cota, agora se um ou dois vendedores não desempenhar bem a função no setor, por isso que ele transfere entendeu... Fica dois meses no setor e não está cobrindo cota, está prejudicando “geral”, porque daí ele também não cobre cota, a regional também chama a atenção dele, ele também não ganha prêmios, pra ele ganhar prêmio a loja tem que cobrir as cotas... Na verdade é uma corrente né... Tudo depende da venda né. (LORENZETTI, Erni, 2011).

Por mais que Erni fale que cobrir a sua cota depende unicamente de seu próprio esforço, ele admite que se acaso alguns trabalhadores não cumprirem a cota, se não tiverem “focados”, eles estarão prejudicando todo o coletivo, inclusive a gerência, já que o gerente também não vai cumprir a sua cota. Isso cria uma relação de dependência, onde um precisa do outro para atingir suas metas e, conseqüentemente, existe a cobrança para que todos as cumpram.

Na fala de Erni também nota-se algumas das estratégias que as Casas Bahia utilizam, uma característica bastante difundida nesta forma de organização do trabalho para incentivar os trabalhadores a atingir e ultrapassar suas cotas. Desde a mudança do setor, promovida pela gerência com objetivo de remanejar o trabalhador para outra área de venda, com o objetivo de verificar se ele tem um melhor desempenho, gerando maior lucratividade para a empresa. Até o incentivo financeiro por meio das premiações para o trabalhador, para a equipe e ou a loja que alcance ou venda além de suas metas previamente estipuladas.

O setor e a filial que alcançam as metas e demonstram os melhores desempenhos ganham premiações da loja, um incentivo constante à competição, inclusive com outras lojas da rede. Também a bonificação se dá pelo aumento da comissão sobre as vendas realizadas quando o trabalhador ultrapassa a cota. Por exemplo, se o trabalhador vender 110% da sua meta, ele vai ganhar um percentual

maior sobre as vendas, sobre os serviços financeiros, ao atingir 120% este valor aumenta, 130%, se atingir 140% ele ganha o valor dobrado da comissão.

Nas Casas Bahia outro incentivo financeiro que a empresa proporciona para que o trabalhador busque vender mais é o pagamento de um “14º salário”, que seria 50% da média mensal do salário do funcionário. Portanto, quanto mais ele receber por mês de comissão, maior vai ser o valor do “14º salário”.

Todas essas estratégias têm como objetivo claro que o trabalhador seja o mais produtivo possível em sua jornada de trabalho, intensificando, correndo atrás das metas, fechando cotas, ultrapassando. A produtividade é uma questão muito espinhosa, principalmente se tratando do comércio varejista, onde basicamente essa é a principal forma de remuneração dos trabalhadores do setor. Sendo possível identificar já pelas similaridades entre as Casas Bahia e a Ponto Frio que ambas se utilizam da mesma forma da exploração de sua força de trabalho, demonstrando assim que é algo interessante para o capital.

Porém, uma das questões que a pesquisa se deparou foi que na maioria das falas dos entrevistados a utilização de expressões como “fazer o seu máximo”, “tem que estar focado”, entre outros, foram utilizadas de forma recorrente. Isto pode ser relacionado com a constante pressão pela produtividade vivenciada por esses trabalhadores. Contudo, a maioria dos trabalhadores entrevistados das lojas Casas Bahia e Ponto Frio ressaltaram o trabalho baseado na produtividade como algo positivo.

À primeira vista, ao se deparar com essa avaliação dos trabalhadores a respeito da produtividade, a impressão que se pode ter é que se trata de trabalhadores alinhados ao discurso das lojas, consentindo com a situação de exploração a que estão submetidos. Porém, a partir de suas falas, essa positividade é submetida a uma série de elementos que os trabalhadores vão pontuando. O que demonstra que os trabalhadores têm noção da exploração de seu trabalho e da pressão psicológica em que são submetidos através do sistema de metas.

A fala de José, vendedor das Casas Bahia, é relevante para compreender quais os sentidos e os significados que trabalhadores vão construindo sobre a produtividade, o trabalho por metas e sobre as suas relações de trabalho.

Karen: Como que é esse negócio de 15%? Bate as metas, aumenta?
 José: Vamos supor que, minha cota é 100 mil, vendeu 95 esse mês, mês que vem continua só o 100 mil, mas se daí no outro mês vendeu 105, daí aumenta, se bateu a cota no outro mês naturalmente sobe...
 Karen: É automático praticamente... Mas as pessoas tentam bater geralmente a mais?
 José: Ah... Com certeza! Quanto mais você vender, mais você ganha!
 Karen: Mesmo que suba a cota no próximo mês?
 José: Sim... Se você vender pouco, você vai ganhar pouco... Todo mundo procura bater cota...
 Karen: Independente se vai subir os 15% do mês que vem?
 José: Pra mim, tinha que subir 30% todo o mês (risos)... Por mim pode subir 30%, não adianta não subir nada e você não bater, eu acho que tem que bater, tem que subir mais, por que o outro mês você vai se esforçar mais ainda, se esforçar mais você vai ganhar mais, se o cara não tá muito interessado... Se o cara não tá muito interessado, qualquer quantia está bom pra ele, se ele quer vencer, se ele tem gente pra sustentar, tem que correr atrás, tem que correr atrás... Eu mesmo, se a loja bateu a cota este mês, eu tenho que bater mais, eu me estipulei uma cota, por exemplo, a loja bateu a cota, eu me coloco 20% a mais e corro atrás disso, se eu bater minha cota, eu já bati a da loja e tô bem...
 Karen: Você que se colocou essa cota, de 20% a mais?
 José: Sim... Eu mesmo... Ô, se a meta é 100%, e eu fala que vou chega a 120, se eu chega a 115, eu já passei a meta da loja... Eu procuro sempre fechar a da minha cota, da minha cota, não a da loja...
 Karen: Essa é sua meta pessoal?
 José: Sim, sim, essa é minha meta pessoal... Se eu não atingir ela, naturalmente eu já devo ter passado da cota da loja... Então, como eu te falei, eu não me preocupo com a cota da loja, eu me preocupo com a minha cota... Quer dizer, isso é pessoal meu né... Cada um, que sabe do seu... Fazer o quê. (SILVA, José da, 2011).

José tem plena consciência de que ao fechar as cotas da loja, a tendência é que estas aumentem cada vez mais, porém mesmo assim, segundo sua fala, o mesmo busca fechar as metas, estabelece inclusive uma meta pessoal acima da meta da loja, prática que pode ser identificada na maioria dos entrevistados. Se a meta da loja aumentar, ele pretende se esforçar ainda mais, pois para ele isso significa ganhar mais ao final do mês.

José tem quatro filhos e somente o filho mais velho, com 25 anos, não depende financeiramente dele, já que os demais ainda não têm idade para ingressar no mercado de trabalho. O esforço de José no trabalho, o “correr atrás”, significa a luta diária de um pai de família que “tem gente para sustentar”, que busca dar melhores condições de vida para sua família. A pressão familiar, de um trabalhador

que tem compromissos para honrar e só tem a sua força de trabalho, faz com que ele veja no trabalho comissionado, em cumprir com as exigências da empresa, uma forma de garantir uma remuneração melhor. Porém, isso não impede de identificar as condições de exploração a que está submetido.

Karen: Ali na Bahia, da pra tirar razoavelmente?

José: Depende né... Depende de você... Se tu não vender nada, você não ganha nada, ali e só comissão né, então quanto mais você vender, mais você ganha, se você se esforçar né...

Karen: A comissão é interessante?

José: Não, a comissão é baixa... É 1% né...

Karen: Mas não trabalha muito ali?

José: Não, é que assim, é bastante movimento né, trabalhar todo lugar trabalha né, não tem como não trabalhar, se não trabalhar muito você não vive, eu acho que, em todo o lugar tem que trabalhar, se você não correr o dia inteiro eu não vou conseguir, dia que tá fraco você sai dali preocupado, tem que correr atrás... Liga pro cliente, fazer o teu máximo né...

Karen: Tem que fazer o máximo mesmo né... O salário compensa o esforço? Da pra tirar razoável?

José: Se você sempre bate cota, e tal, compensa... Aqui nas Casas Bahia, mas outra loja... Os vendedor das Casas Bahia ganha mais por que vende mais, tem bastante premiação também... A gente vende também outros produtos, que nem eu, eu vendo móveis, mas vendo seguro também, garantias, então, vendendo tudo isso compensa né, às premiações e as garantias compensam...

Karen: As premiações e as garantias que compensam?

José: Ajudam né, não que compensam, ajudam... Quanto mais vende... Não é fácil vender, mas tem que vender. (SILVA, José da, 2011).

José identifica que a comissão que a loja paga é baixa, que a rotina de trabalho é árdua, pelo intenso movimento da loja, e que o salário compensa somente se as metas forem batidas ou com a venda dos diversos produtos da loja e o recebimento das premiações, mesmo que isso signifique que ele tenha que se esforçar muito em sua rotina de trabalho. Porém, mesmo que ele pontue uma série de dificuldades em seu trabalho e das condições que lhe são impostas, as Casas Bahia ainda lhe proporcionam as melhores condições de trabalho e maior remuneração. O que faz com que o mesmo se sujeite a este ritmo de trabalho, mas não sem visualizar as contradições.

Uma narrativa interessante para observar as relações tensas entre patrão e trabalhador no chão da loja é a de Mohamed, outro vendedor das Casas Bahia, que

assim como José, procura cumprir com as cotas e também estabelece uma meta pessoal superior a da loja.

Karen: Eu acho assim, o comércio não é muita pressão?
 Mohamed: Em qualquer trabalho que você for trabalhar, em qualquer função que você for exercer há muita pressão, a não ser que você mesmo seja o teu patrão... Aí é você que vai colocar os seus objetivos, você vai correr atrás do que você quer... A partir da hora que você vai trabalhar de funcionário de uma empresa, você vai ter pressão, você vai ter cobrança, você vai ter metas pra você cumprir... Vamos dizer, não vamos dizer que você vai ser aquele funcionário que vai cumprir só as metas que a empresa te passou... Você não, como vendedor não dá... Tem meses que a empresa vai te passar assim, você vai ter que vender tanto, tua meta é essa, vai vender tanto, tanto de garantia e teu salário vai ser esse... Esse salário tá bom pra você? Você vai analisar se esse salário tá bom pra você? Você sabe que se você vender tanto você vai receber aquele salário, e o teu sonho? Tá bom pra você? Ah empresa me falou que eu tenho que vender R\$ 100 mil, eu não quero vender só R\$ 100 mil, eu quero vender R\$ 200 mil... Cadê o teu objetivo? Esse é o teu objetivo? Então voce correr atrás dele... A cobrança em cima de você, a pressão em cima de você vai ser sobre os R\$ 100 mil, se você vendeu, fechou as garantia a pressão em cima de você acabou... Agora o da empresa tá pronto... Agora eu vou correr atrás dos meus objetivos... Você mesmo vai ser o teu chefe, o teu patrão, você vai correr atrás do que você quer... Por que o que a empresa quer você já fez. (ROBLES, Mohamed Charneski, 2011).

Na mesma direção, Mohamed expressa claramente a consciência de quem sabe em que lado está nas relações de trabalho. A partir do momento em que assume a condição de vendedor, o trabalhador se sujeita a uma série de pressões e responsabilidades de quem não tem outro meio de sobrevivência, a não ser o trabalho. Porém, ao cumprir com as metas da empresa, o mesmo passaria a ter um pouco de autonomia nessa relação, já que Mohamed estaria trabalhando para ele mesmo, pois o compromisso com a loja já foi feito, sendo o seu patrão por um determinado momento.

Claramente essa visão está impregnada de contradições, já que ao intensificar a sua jornada de trabalho, vendendo mais para ultrapassar as cotas, este trabalhador se mostra ainda mais lucrativo para empresa. As relações entre patrão e trabalhador não acabam, em nenhum momento, mesmo quando as cotas são cumpridas. Isso não quer dizer que o trabalhador não tenha consciência disso, mas

este vê um meio de tirar proveito dessa relação, correndo atrás de seus objetivos pessoais e não somente os da loja.

Mohamed é vendedor das Casas Bahia e atualmente está contribuindo com o Roberson nos treinamentos dos funcionários, mesmo com pouco tempo de loja, cerca de quatro meses, o que indica que ele deve ser um empregado de confiança da gerência. Algo interessante a se levar em conta em sua fala é que, mesmo ganhando certa confiança por parte da loja, este não descreve uma relação amena entre a empresa e trabalhador, ao contrário, contrasta os interesses do patrão com os do empregado.

Para Erni, o estresse provocado pela pressão psicológica de trabalhar com metas, de todo dia estar “fazendo o seu salário” – características das relações de trabalho não somente das Casas Bahia, mas do comércio em geral – não seria suportável se Mohamed não tivesse uma remuneração que lhe garantisse um mínimo de conforto.

Karen: Dá pra tirar mais ou menos quanto? Dois três salários mínimos? Não tenho a mínima ideia Erni...

Erni: Dá pra tirar uns R\$ 2.300,00, R\$ 2.500,00 por mês...

Karen: O vendedor?

Erni: O vendedor... Tem loja que paga R\$ 800,00, R\$900,00... Tem gente que fala pra gente, “quanto que eles pagavam lá”, “ah eu ganhava uns 800,00 pila, 900,00 pila...”, um valor assim, bem diferente né... Na verdade, hoje não compensa né, porque venda você se auto-cobra, todo o dia, chegou aí duas, três horas da tarde, você vai se cobrando, então é um serviço que é um pouco estressante nessa parte né, você tem que vender pra você ganhar... O vendedor faz o salário dele, né... Então assim, é um serviço que você se cobra bastante, né... Se fosse pra ganhar pouco não compensa, né... Pra trabalhar no comércio, né... Por isso que a gente se cobra, né... Por isso que a gente se coloca no lugar, se aqui às vezes a gente reclama um pouquinho, imagina lá fora... Então, por que assim, depois que saiu não volta mais... A loja não vai recontratar... Então, aqui é um lugar bom pra trabalhar. (LORENZETTI, Erni, 2011).

Erni destaca outro elemento de pressão por parte das Casas Bahia para garantir o consenso e a subordinação às relações e a organização do trabalho da empresa, a possibilidade da demissão, fantasma que ronda a vida da maioria dos trabalhadores. Para Erni, a Casas Bahia é um lugar bom em relação à maioria das

outras lojas. Porém, mesmo nas Casas Bahia se “fosse pra ganhar pouco” a pressão e o estresse de trabalhar na loja e no comércio não compensariam.

O que se percebe é que tanto as Casas Bahia como a Ponto Frio utilizam do sistema de cotas, das comissões, dos incentivos financeiros com as premiações para que o trabalhador busque cada vez mais a produtividade, inclusive se sujeitando a trabalhar muito. Para o capital é interessante esta forma de exploração do trabalho, já que lhe garante um trabalhador muito produtivo e ao mesmo tempo, lhe atribui a responsabilidade sobre sua própria remuneração, através de discursos como “fazer o seu salário”.

No entanto, o que não se pode afirmar é que o trabalhador não seja ciente da exploração e pressão a qual é submetido, muito pelo contrário. Ele tem clareza que as lojas, através da relação e também da organização do trabalho na empresa, tentam fazer com que ele produza cada vez mais, pressionando para que além de bater suas cotas, se supere a cada dia. Entretanto, o trabalhador se articula nessas relações não somente enquanto subordinado, mas enquanto sujeito que procura tirar o máximo de vantagens possíveis. Gisele, trabalhadora do crediário, traz uma visão importante sobre essa questão.

Karen: Isso corresponde a uma boa parte do teu salário?

Gisele: Oh... ajuda... na verdade isso é o que ajuda mais... a gente tem um valor que a gente vai contando, daí vem um valor a mais, já ajuda ...

Karen: Entendi... A comissão já vem dividida... Mas você organiza a sua vida, contando com esse valor?

Gisele: Não, sem... É porque, na verdade ele é variado, né... Então, a gente nunca sabe quanto que vem, então não tem como a gente se organizar contando já com esse valor... Só com o valor do salário mesmo... Pelo menos eu faço isso...

Karen: E se fosse pra optar assim, trabalhar com salário fixo ou comissão, o que tu acharia melhor?

Gisele: Ah o salário fixo e a comissão (risos)...

Karen: Ah claro... (risos)

Gisele: Mas se eu tivesse por optar, seria o salário fixo né, porque a gente sabe né, que tem mês que a gente não atinge o valor da meta, daí fica difícil, daí vai ser o salário mesmo, na vendas também é assim, se ele não atingiu o valor da meta, ele ganha só sobre o comércio, é a mesma coisa a gente, né... No caso seria o salário fixo, é mais certo mesmo, dá pra contar. (SOUZA, Gisele de, 2011).

A entrevistada traz um elemento interessante ao pensar a questão da produtividade e refletir sobre a positividade que foi pontuada sobre o trabalho comissionado. Ao ser indagada sobre qual a forma de remuneração que ela acha mais interessante, se o salário fixo ou comissões, ela prontamente optou pelas duas formas, já que isso significa uma maior remuneração. Porém, trabalhar por comissão, mesmo se tratando de empresas que teriam uma facilidade maior por sua estrutura, gera certa instabilidade para a vida do trabalhador, já que pode ocorrer algum mês em que não se atinja as metas e receba um valor menor do que a média ou somente o salário fixo, que no caso dela seria de R\$ 687,00²⁹.

O que nesta narrativa é pontuado como questionamento, é que a positividade da produtividade se daria em torno da possibilidade de receber uma maior remuneração através das comissões, o que pode ser identificado em todas as falas dos outros funcionários. Porém, ela é somente positiva na comparação ao salário fixo, se este foi menor do que o salário comissionado, como é no caso da Gisele e dos demais trabalhadores, já que eles são registrados somente pelo piso salarial de suas categoriais de trabalho.

Outro aspecto do qual os trabalhadores tiram vantagem, é o fato das lojas serem as maiores empresas do comércio varejista de artigos de utilidades domésticas e eletrônicos, que tem um grande fluxo de vendas, um *mix* de produtos variados. A possibilidade de ter maiores condições de negociação com o cliente significa para eles maiores e melhores condições de venda e certa autonomia, o que lhes possibilitam fechar as metas com maior facilidade, mesmo tendo que trabalhar muito e, conseqüentemente, obter uma melhor remuneração. A narrativa de Adriano, vendedor da loja Ponto Frio, expressa essa questão.

Karen: E a comissão aqui é mais interessante que lá?

Adriano: Comissão em si é o mesmo valor, o que diferencia a loja aqui é a circulação de clientes, o fluxo de clientes, é o que vai diferenciar aqui e as condições que tu pode oferecer, na negociação, tem um teto maior de negociação, você consegue negociar com juros, parcelas, coisas assim... Tem uma autonomia melhor pra trabalhar...

²⁹ Salário determinado pela Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores Empresas Serviços Contábeis, Assessoramento, Perícias, Informação, Pesquisas em Empresas Prestadoras de Serviço (SINDASPP – PR) vigente entre 01 de junho de 2011 a 31 de maio de 2012.

Karen: Tem um pouco mais de autonomia pra trabalhar?

Adriano: Pra mim é vantagem... O vendedor tem que ter condições maleáveis pra negociar, pra mexer... Você tendo essas condições, esses serviços, seja uma condição que você trabalha no preço a vista, parcelado, isso aí é bastante importante pra gente. (SCHUH, Adriano, 2011).

Os trabalhadores também não buscam seguir todas as regras da empresa, inclusive, de certa forma, as burlam para facilitar sua jornada de trabalho. Uma das questões que foi bastante pontuada pelos entrevistados foi sobre as metas dos serviços e produtos financeiros com os quais a empresa trabalha, que seria desde garantia financeira – para que se o cliente fique desempregado a loja quite até um determinado valor da sua compra – como a garantia estendida de alguns produtos, onde ao adquirir o serviço o cliente tem mais um ou dois anos a mais de garantia do produto. Além de plano odontológico, seguro de vida, seguro de casa, entre outros. Tanto as Casas Bahia como a Ponto Frio trabalham com esses tipos de produtos.

Segundo suas narrativas, as metas de vendas das mercadorias das lojas, seriam mais fáceis para bater. Porém, a de serviços financeiros é mais difícil, já que a maioria dos clientes demonstra uma resistência para esse tipo de produto. Contudo, eles são cobrados e possuem metas sobre as garantias e os demais serviços, como já foi indicado. Para poder cumprir suas metas, os trabalhadores elaboram algumas táticas, burlando o que a empresa quer passar como correto. A fala de Roberson é muito importante para perceber como os trabalhadores driblam as normas da loja.

Karen: E aqui, os vendedores vendem, acho que em todos os lugares vende né, seguros, garantias...

Roberson: A gente fez um trabalho com eles... Mas com bastante transparência, porque hoje eu costumo a dizer, “você gosta de ser enganado?”. Não é bom, né, os vendedores te enganar, tem um serviço bem legal então, de você falar da garantia, aquilo que você realmente vende pro cliente. Amanhã, depois, ele vai saber usar, é que a gente trabalha com bastante transparência. O encarregado procura trabalhar muito isso, mas as vezes a gente sabe que alguns acabam praticando isso... Somente coloca na parcela... Mas se na negociação ele não conseguiu vender isso... Explica para o cliente que ele tem três anos de garantia, se você precisar você vai ter que ligar nesse número, o pessoal vai ir na sua residência, recolhe o teu produto, se precisar troca. Deixa a pessoa ciente do produto, se ele precisa usar... Já teve casos do cliente chegar na loja, já ter quase vencido a garantia, aí ia vê, o cliente tinha garantia estendida... O cliente, você se chateia muito com isso. (JUSTINO, Roberson, 2011).

O trabalho que Roberson cita foi desenvolvido pelas Casas Bahia justamente porque a maioria dos trabalhadores acabou por elaborar formas alternativas de vender para os clientes os produtos financeiros da loja, como a garantia estendida, táticas de venda não condizem com a “transparência” que ele enfatiza como valor da loja. Rosangela, ex-vendedora das Casas Bahia, pontua essa questão, demonstrando que nem sempre os trabalhadores seguem à risca as determinações da loja.

Rosangela: Antigamente, a gente vendia alguma coisa e vendia com todos os seguros... Com tudo... Agora não, tem que ser explicadinho... Tem que comprar e tem que explicar tudo, tem que vender o produto, vende a garantia...

Karen: Lá na Riachuelo, a gente falava, a gente sempre dava um jeito de colocar os seguros...

Rosangela: Ah tem isso, mas a gente tinha que falar... Que daí deu muito problema, o cliente tava pagando alguma coisa, chegava em casa “olha amor, o que eu comprei”, o cara ia ver tudo o que a mulher tinha comprado, era seguro... Daí a gente tinha que mostrar, o cliente saia sabendo que tinha comprado um seguro, pelo menos que um seguro ele estava levando... Tem gente que compra, menina, você fica de cara... Quando a gente vendia tudo, meu Deus, você ficava mais do que feliz, porque o que você ganha mesmo é no serviço... Nos seguros... É no serviço que você ganha dinheiro... Então se você vendesse um computador, no seco, como a gente falava, ganhava aquela comissãozinha básica né, se você vendia com seguro, com garantia, tudo, nossa... Você ficava feliz da vida! (ORTIZ, Rosangela, 2011).

Essa prática dos trabalhadores pode ser percebida também na loja Ponto Frio. Na entrevista com Gisele, trabalhadora do crediário, pode-se notar várias formas que os trabalhadores vão criando em sua rotina para conseguir fechar suas metas com maior facilidade. Essas formas ficam mais evidentes no crediário, pois este setor é responsável pela parte burocrática do contato com o cliente, como abrir o cadastro, fazer o cartão da loja e a avaliação de crédito. É o setor em que as metas dos serviços financeiros são as mais cobradas e, portanto, exibem maiores dificuldades no fechamento das cotas. A entrevistada pontua os problemas de sua jornada de trabalho, tanto na dificuldade de venda de serviços como na venda do cartão da loja, pelas altas taxas que são cobradas do cliente.

Gisele: Então, aqui a gente também tem né... E o nosso problema maior aqui é a taxa (do cartão), tem a taxa de R\$ 6,00 e você vai oferecer para o cliente... Acaba dificultando bastante...

Karen: E você tem que vender?

Gisele: E você tem que vender... E agora tá sendo mais cobrado, tá dando mais pressão pra vender do que antes...

Karen: É, por quê?

Gisele: Porque antes assim, na verdade era só o seguro de perda e roubo do cartão, era mais fácil, daí tinha gente... Era mais fácil... E você dava um jeito... Agora não, agora você tem que explicar para o cliente, pois o cliente tem que assinar um papel, você tem que explicar certinho e daí também aumentou os seguros. Tem seguro residencial, de vida, cartão e o cartão de crédito da loja... Nosso problema maior aqui na loja, é que assim, se você vender com juros, ele vem um débito de IOF, antes vinha junto nas parcelas, era cobrado do cliente, mas o cliente não via que estava pagando, e agora mudou, vem tudo na primeira parcela, e o cliente vê que está pagando... Se ele fizer uma compra de R\$ 3.000,00, R\$ 3.000,00 e pouco, vai vir R\$ 60,00 ou R\$ 70,00 de IOF na parcela, como que eu digo isso pro cara, a gente não pode explicar na hora da venda, porque senão ele não vai querer fazer, ele vai ter um valor a mais, mas depois pra poder converter e tal, não tem como. (SOUZA, Gisele, 2011).

Gisele indica que algumas omissões são cometidas na hora de vender algum produto para o cliente, pois caso o contrário, o cliente não vai querer fazer o cartão da loja ou adquirir o produto. A loja Ponto Frio também vai elaborando uma contra ofensiva para tentar garantir que os seus funcionários tenham condutas dentro do que a loja estabelece, como por exemplo, fazendo com que o cliente assine uma proposta de seguro ao adquirir qualquer serviço financeiro.

O que se pode perceber com as diversas narrativas dos trabalhadores das Casas Bahia e da loja Ponto Frio é que os trabalhadores vão construindo diversos sentidos e práticas para seu processo de trabalho. Os métodos de exploração de sua mão de obra que a empresa se utiliza, como por exemplo, o trabalho comissionado, não passa intacto pelo crivo da análise deles. Como se pode perceber, eles elaboram práticas e ditam dinâmicas em seu trabalho. Também driblam as regras da própria loja, inclusive enganando clientes para conseguir vender os produtos financeiros. Portanto, se os trabalhadores estão em condições socialmente desiguais na sociedade capitalista, isto não os impede que eles pressionem cotidianamente suas relações de trabalho, em busca de melhores condições de vida.

2.3 CONCEPÇÕES, PRESSÕES E DISPUTAS EM TORNO DA JORNADA DE TRABALHO DO TRABALHADOR COMERCÍARIO

Uma das questões que suscitam os maiores embates no chão da loja para os trabalhadores das Casas Bahia e Ponto Frio é em torno da jornada de trabalho e da intensidade do cotidiano de tarefas. A partir das entrevistas, pode-se perceber que a maioria dos trabalhadores considera que seu dia de trabalho é bastante extenuante, pelo grande fluxo de clientes que as lojas possuem, principalmente nos primeiros quinze dias do mês.

Além da intensidade, os trabalhadores das lojas Casas Bahia e Ponto Frio também são submetidos à flexibilidade da jornada de trabalho pelo banco de horas, o que se torna muito interessante para a empresa, pois lhe garante o prolongamento da jornada dos trabalhadores em um momento que a loja achar mais conveniente.

A jornada de trabalho das Casas Bahia e Ponto Frio é de 44 horas mensais. A carga horária diária é de 07h e 20min. Nas duas lojas existem dois turnos de trabalho, um para fazer a abertura da loja e outro para o fechamento. O primeiro turno tem início às 08h e 45min. O segundo começa às 18h e 30min. Aos sábados, todos os funcionários da loja iniciam sua jornada às 09 horas. Uma questão que a pesquisa pode observar a partir da conversa com os trabalhadores é que a maioria não indica o horário da saída de trabalho, pois grande parte dos entrevistados afirma que não existe um horário certo para sair. Além de todos indicarem que fazem horas extras.

Tanto as horas extras como o banco de horas são um dos principais embates entre os trabalhadores e as lojas. Neuza, funcionária da loja Ponto Frio, afirma em sua entrevista uma série de questões que são significativas e de como os trabalhadores comerciais percebem e quais as concepções que estão construindo perante a flexibilidade de sua jornada de trabalho.

Karen: Mas você recebe hora extra?

Neuza: Não... A gente não tem hora extra... Daí o vendedor tem que compensar essas horas, num outro dia... O que é ruim, porque você trabalhou até aquele horário, até a noite, aí no outro dia que é horário de venda, de pico de venda, você tem que tá lá em casa,

compensando essas horas, é muito ruim, muito ruim... Essa parte pra quem é vendedor, pra quem é comissionado... Por outro lado, você olhando o outro lado não é tão ruim assim porque...Porque você se obriga a fazer essas horas, a descansar também né...

Karen: Mas você pode sair à hora que você quiser?

Neuza: Não... Chegou aquele horário, teu banco de horas está estourado, tu tem que sair, independente se é um dos melhores dias de venda, você tem que sair compensar...

Karen: Ah, entendi... Mas daí você tem que sair...

Neuza: Sim, é determinado pela empresa... Vai bloquear teu ponto, bloquear tua senha, tu não consegue trabalhar mais, você não opera nem um equipamento mais... No próximo dia, ele vai dizer lá, teu banco de horas estourou, você tem que sair...

Karen: Tipo, eu trabalhei duas horas a mais hoje, amanhã tem que compensar duas horas?

Neuza: O certo seria... Mas às vezes você vai acumulando, tem uma hora que você tem sete horas, é quase um dia já, você tem que compensar... Você fica em casa pra compensa, não pode nem trabalhar... Nem que tu venha, “não eu quero trabalhar”, mesmo porque a gente trabalha com o sistema de senha, tem uma matrícula, nem a tua matrícula, nenhum equipamento opera elas mais. O sistema vai dizer que aquele funcionário não está apto para aquele dia, não pode operar, não pode trabalhar...Um dia eu atendi um cliente que veio pra comprar, tava comprando, eu tive que passar a venda pro outro, perdi a comissão, por um lado é ruim, porque assim o certo passou daquelas horas a empresa, mais do que justo, teria que pagar o que, a hora extra, porque tá em prol da empresa, passou daquele horário. (CUNHA, Neuza, 2011).

Mesmo que Neuza, em sua fala, argumente que ao ter que compensar as horas pelo banco o trabalhador se obriga a ficar em casa e descansar, ela aponta uma série de conflitos que o banco de horas traz para o seu trabalho. A questão principal, segundo ela, é que com o banco de horas o trabalhador pode ter sua jornada de trabalho prolongada em um dia a pedido da loja e ter que compensar em um momento que para ele não seja interessante, principalmente quando poderia estar vendendo. Ainda mais nos casos de vendedores comissionados, que pode interferir diretamente em sua remuneração.

É de notar que a loja controla a quantidade de horas que o trabalhador tem em seu banco e não autoriza que os trabalhadores possam prolongar sua jornada sem a gerência estar ciente. Pois, a empresa tem que ter controle dessas horas, caso precise pedir para que o funcionário prolongue seu dia de trabalho em um momento oportuno e também manter o controle para que os trabalhadores não excedam essas horas de tal forma que não possam mais ser compensadas,

exigindo uma remuneração. Além disso, por mais que a CLT permita a flexibilização da jornada de trabalho, ela ainda estabelece alguns limites, como a jornada máxima diária de 10 horas, não extrapolando o limite das 44 horas semanais.

Segundo Neuza, o fato das Casas Bahia utilizar o banco de horas para não pagar horas extras é injusto, já que para ela o trabalhador ultrapassou seu horário de trabalho “em prol” da empresa. Além da injustiça de não pagar horas extras, ao continuar sua entrevista, Neuza também percebe que, ao utilizar do banco de horas, a empresa acaba por explorar o trabalhador ainda mais. Já que, por exemplo, não existe uma equiparação no recebimento de horas extras noturnas, com a compensação de horas de trabalho realizadas à noite. Nem na compensação, nem no recebimento do percentual de produtividade.

Karen: E tem a questão das horas noturnas também, né...

Neuza: Tem sim! Pois é, passou das 18 horas né, tem que ser a comissão dobrada, e isso não ocorre né... Só que em nenhuma empresa eles fazem isso, em toda e qualquer empresa eles usam o mesmo sistema as mesmas regras. (CUNHA, Neuza, 2011).

O debate em torno de equiparação das horas extras noturnas remuneradas e das horas compensadas é uma questão chave para a crítica do banco de horas. Já que no parágrafo 2º do artigo 59, a CLT prevê que o banco de horas dispensa o acréscimo de pagamento nas horas compensadas³⁰.

Art. 59 - § 2º: Poderá ser dispensado o acréscimo de salário se, por força de acordo ou convenção coletiva de trabalho, o excesso de horas em um dia for compensado pela correspondente diminuição em outro dia, de maneira que não exceda, no período máximo de um ano, à soma das jornadas semanais de trabalho previstas, nem seja ultrapassado o limite máximo de dez horas diárias.

Fundamental pontuar que a flexibilidade da jornada de trabalho não é uma característica isolada das duas lojas, mas pode ser vista como um atributo do comércio em geral. Somada a flexibilidade, outra característica geral do setor é a extensiva jornada de trabalho, pois, segundo o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), o comércio é o setor de

³⁰ BRASIL. Consolidação das Leis do Trabalho. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm>

atividade com maior carga horária de trabalho semanal, sendo que a média no ano de 2010 foi de 46 horas nas principais regiões metropolitanas.³¹

Hélio, trabalhador da loja Ponto Frio, ressalta que a extensa jornada de trabalho é um dos principais problemas que ele enfrenta, principalmente pelo fato de estar fazendo um curso superior, o que lhe impede de ter tempo para estudar e também descansar. Mas, justamente pelo motivo de estar fazendo uma faculdade tem a necessidade do trabalho. Mesmo com a jornada cansativa ele ainda não pensa em sair da loja.

Karen: Mas você pretende procurar outra coisa?

Hélio: Por enquanto ainda não... eu tô fazendo faculdade, quando eu terminar, eu posso dizer que aqui é bem puxado, né... De segunda a sábado não tem tempo pra descansar, não tem tempo pra estudar se eu tivesse uma proposta melhor. (RIBEIRO JÚNIO, Hélio, 2011).

Porém, o trabalhador não busca passar o tempo todo de sua jornada trabalhando efetivamente, disputando seu tempo de trabalho com a loja, elaborando meios de burlar a própria fiscalização da gerência. Um exemplo disso pode ser percebido na fala de Rosângela, ex-vendedora das Casas Bahia. Segundo a entrevistada, a Casas Bahia pelo seu programa de treinamento de vendas, manda praticamente todos os dias para os funcionários da loja cursos de vendas via e-mail, onde os trabalhadores têm que ler algumas instruções e, a partir delas, responder um questionário. Uma das questões que chamou a atenção da pesquisa foi quando ela afirmou que achava “gostoso” fazer os cursos.

Karen: Sério, todo o dia Rosângela?

Rosângela: Praticamente... Tinha dia que você deixava, dois, três, quatro, pra fazer depois, dia que dava muito movimento, coisa assim... Mas direto tinha, curso... Você abria a tela...

Karen: Vem no email?

Rosângela: Sim, você abria e já aparecia, né... Tipo assim, como vender uma LCD, o que é plasma, tudo coisinha assim, daí vinha às perguntas né... É com três opção, daí você marcava o “xizinho” lá e daí mostrava se tava certo ou não, te dava a nota e te dava o certificado...

Karen: Alterava alguma coisa na tua vida se você não fizesse?

Rosângela: Não... Não alterava nada, só que daí, tipo assim... Se você não fizer, dá a impressão que você... Tá de má vontade com o

³¹ Dados extraídos: <<http://www.dieese.org.br/notatecnica/notaTec96comercio.pdf>> Acesso 02/10/2011.

trabalho né... Então, todos os vendedor procuravam fazer... Daí tinha o certificado né...

Karen: Mas as pessoas, não enchiam as paciências de fazer esses cursos todo o dia?

Rosangela: Ah, a gente aproveitava pra sentar um pouquinho... Ficava de pé o dia todo né...

K: É verdade...

R: Aproveitava pra senta, imagina... Até a gente perguntava “amigo, você quer que eu faça o seu” (risos)... Era gostoso. (ORTIZ, Rosangela, 2011).

Sendo submetida a uma jornada de trabalho intensa e também extensa, Rosangela expressa quais as formas que os trabalhadores articularam para conseguir descansar durante o seu horário de trabalho se utilizando da própria prática da empresa de elaboração de cursos e da pressão que esses trabalhadores são submetidos para realizarem esses cursos.

Uma das principais pautas de luta da categoria está relacionada com a jornada de trabalho. Assim como em outras cidades, os trabalhadores comerciários travam uma luta histórica contra a abertura do comércio aos finais de semana. Ao dialogar com os trabalhadores tanto nas Casas Bahia como na loja Ponto Frio a principal reclamação que eles indicam é sobre a jornada de trabalho extensiva do comércio, principalmente o trabalho aos fins de semana.

O comércio de Cascavel desde o ano de 2009 passou a abrir todos os sábados, das 09h às 17h, mediante acordo em convenção coletiva entre o Sindicato dos Lojistas e do Comércio Varejista de Cascavel (SINDILOJAS) e o SINDECCASCAVEL. Porém, a luta que se trava entre os comerciários atualmente é sobre a questão da abertura do comércio aos domingos, já que existe a pressão de algumas empresas para o funcionamento, principalmente das grandes lojas de departamento como a Havan, Riachuelo e Pernambucanas – que já trabalham aos domingos – e os grandes supermercados, que têm expediente até às 20h.

Tanto as Casas Bahia como a Ponto Frio já abriram durante alguns domingos para fazer uma experiência em relação ao fluxo de vendas do comércio. Porém, segundo os funcionários, como o movimento da loja e o lucro esperado não foram atingidos, o expediente dominical não teve continuidade. Erni, trabalhador das Casas Bahia, indica como está ocorrendo a questão da abertura das Casas Bahia e do comércio em geral no domingo.

Karen: Ah... e falando de jornada de trabalho daqui, deixa eu pergunta uma coisa, o comércio parece que vai abrir no domingo, né?

Erni: Ah, abriu no domingo... A gente abriu no domingo, mas parece que a gente não vai mais abrir não... O custo na verdade de abrir no domingo, a venda não pagou... Vendeu menos do que o esperado então foi cortado... Não sei até quando... Mandou segura... Já abriu, pra acompanhar a Pernambucanas, o Muffatto, o mercado Muffatto, que vende eletro, a Pernambucanas que vende eletro, a Havan que vende eletro... Mas essa questão, que a gente tava abrindo no domingo, não vendeu então o pessoal segurou...

Karen: Segurou pra não abrir...

Erni: É segurou, não compensou né... Até foi anunciado com carro de som, que ia abrir no domingo, mas o custo de abrir não compensa... Tem que pagar vale pros funcionários, mais a diária de cada um, então foi cortado de abrir no domingo, mas eu não sei até quando... Às vezes pra frente né...

Karen: Eu tava comentando, a menina tava me falando, que tem uma discussão no sindicato sobre isso...

Erni: Sim, teve até votação né... Mas já faz um tempo... Que eles estão batendo nessa tecla aí, não é de agora não, tem reunião, tem votação... Tem sindicato pra não abrir, tem deputado batendo em cima pra abrir... Já faz tempo que tem um conflito de idéias aí. (LORENZETTI, Erni, 2011).

Ocorre a abertura de algumas concorrentes diretas, como as lojas Havan, com expediente no domingo das 10h até às 20h, e a Pernambucanas, que abre das 14h às 20h e que, além de venderem vestuário e artigos de cama, mesa e banho, também vendem eletrodomésticos e eletroeletrônicos. Além da rede de super e hipermercados Muffatto, que fica aberta aos domingos das 09h às 2h e também concorre no ramo com as Casas Bahia e o Ponto Frio. A abertura das concorrentes exerce pressão para que as lojas também abram suas portas, evitando, assim, que elas percam espaço na venda de seus produtos e serviços.

Maria de Fátima, recém contratada pelas Casas Bahia participou das mobilizações dos trabalhadores comerciários sobre a abertura do domingo e das negociações entre o SINDECCASCAVEL e o SINDILOJAS (sindicato patronal). Vale ressaltar que ela acompanhou enquanto trabalhadora de base, não como direção sindical. Nesse período, a entrevistada trabalhava na rede de lojas de confecções O Doidão.

Karen: Quem não está querendo que abra no domingo?

Maria: Pelo que eu sei, ficou meio na decisão do proprietário sabe, o proprietário que vê se compensa abrir no domingo ou não, eles ainda estão achando que não está compensando abrir no domingo ainda, aí se eles derem conta de abrir no domingo, aí o comércio vai girar mesmo, por que já sabe né abriu loja grande, aí as outras vão abrindo também...

Karen: Então você acha que o comércio vai começar a abrir no domingo?

Maria: Ah sim, também né! Porque já abre no sábado até tarde... Isso daí na verdade é uma proposta que já vem há anos né, uns cinco ou seis anos atrás a gente já ouvia isso né... É pelo o sindicato dos lojistas né, existe toda uma negociação que entrou em jogo né, é uma questão dos próprios proprietários né. Se todos estão de acordo em abrir no domingo, o comércio vai abrir no domingo... É uma negociação de anos que vem tendo, nos sindicato dos trabalhadores e dos patronais...

Karen: Estão envolvidos os dois sindicatos, trabalhadores e patronais?

Maria: Então está entre abrir e não abrir sabe, ficou entre abrir e não abrir, os trabalhadores não aceitaram que abrisse, tem patronais que optaram por abrir, inclusive a Riachuelo, Pernambucanas, pode perceber que já abre... Abre nos domingos há muito tempo já... Já abre o domingo todo, então desde lá já tem essa briga toda sobre abrir no domingo, mas é complicada essa história... Porque assim, se o comércio todo abre no domingo, logicamente que o fluxo de gente vai começar a ser grande... Se o comércio abre um sim, outro não é claro que o fluxo não vai ser aquele esperado né, alguns proprietários acham que não compensam ainda por esse motivo, eu acredito que no fundo seja isso... Se recusam a abrir no domingo pelo motivo que ainda não está compensando abrir. (SILVA, Maria de Fátima, 2011).

Em sua narrativa, Maria de Fátima formula algumas questões interessantes para a disputa entre sindicato patronal e o sindicato dos trabalhadores comerciários pela abertura aos domingos. Para a entrevistada, a abertura do comércio de Cascavel aos domingos é uma questão de tempo, mesmo ela tendo participado da mobilização da categoria e das discussões no sindicato, pois no momento que algumas empresas passam a abrir, o comércio começa a girar um fluxo de movimento. Porém, como ainda não tem um número significativo de lojas que abrem, não compensaria os custos que os estabelecimentos teriam para abrir aos domingos.

Um dos apontamentos de Maria de Fátima que se deve levar em questão, para compreender a pressão exercida pelas empresas para a abertura aos domingos, principalmente as grandes lojas como o caso das Casas Bahia e da loja

Ponto Frio, é o fato das empresas reivindicarem a abertura levando em consideração não somente a concorrência direta, como Erni expressou, mas também pela abertura geral do comércio – já que assim teria uma maior circulação de clientes pela cidade. Segundo Maria de Fátima, essa discussão se intensificou a partir da abertura dos supermercados.

Maria: Faz, faz tempo sim, uns quatro a cinco anos já...

Karen: É já faz um tempinho...

Maria: Já faz bastante tempo sim, mas na verdade, eu vejo que assim, desde que os mercados começaram a abrir sabe, nos domingos, eu vejo que já se começou a direcionar o comércio a abrir nos domingos, eu vejo isso aí, desde esse momento...

Karen: Desde esse momento você já percebeu que o pessoal está querendo abrir no domingo?

Maria: Aham, desde esse momento o pessoal tá querendo abrir no domingo, eu na verdade eu não sei onde está a resistência, mas na verdade é aquilo que eu te falei, que por um abrir e outro não a cidade não tem, o fluxo de gente que deveria ter... E fica no meio desse jogo, eu acredito que seja isso...

Karen: E deixa eu te perguntar, teve bastante gente na reivindicação nessa época?

Maria: Na verdade a gente se uniu, tipo as lojas né, que eu me lembre estava O Doidão, a Riachuelo, a Pernambucanas, essas lojinhas pequenininhas, então estava praticamente todos, tinha um grupo de gente de cada loja, de vendedor, de gente, de cada loja, reivindicando, cada um por seu motivo. (SILVA, Maria de Fátima, 2011).

Um dos pontos intrigantes na entrevista de Maria de Fátima, é que mesmo a trabalhadora tendo participado da luta e tentado valorizar sua experiência e iniciativa contra o aumento de sua jornada de trabalho, ela diz que não sabe onde está a “resistência”. O que parece demonstrar que o fato do comércio não ter um fluxo de vendas necessário para que as lojas abram aos domingos sugere ter mais peso do que a resistência trabalhadora e luta do seu sindicato.

Contudo, problematizando a trajetória ocupacional e as experiências vividas pela entrevistada, sobre as mudanças no comércio varejista, Maria de Fátima trabalhava no comércio quando teve início a discussão na categoria sobre a abertura do comércio aos sábados e as negociações entre o sindicato dos trabalhadores e o sindicato patronal.

Karen: Teve outra luta assim que o sindicato encampou que você se lembra?

Maria: Que eu me lembre de ter visto em Cascavel acho que só essa mesmo... Não me lembro de nenhum outra... Não... Na verdade teve a questão do sábado também, quando eu comecei a trabalhar, o que abria no sábado, era só shopping, os shopping da cidade e essas galerias, tipo Central Park, ficava aberto até umas horas no sábado né... Até aquela época eu trabalhava no Shopping, mas depois eu saí e fui pro Doidão, até então a gente trabalhava o primeiro sábado e o último, até uma hora da tarde... Depois que eles fizeram indicação pra abrir no sábado o dia todo, eu comecei a trabalhar no sábado o dia todo, o dia todo das 08h30 às 17h, aí depois que foi reivindicado pra abrir no domingo também, eu me lembro que nessa época eu trabalhava no Doidão e a gente começou a trabalhar todo o sábado também...

Karen: Ah entendi... Dessa época eles já...

Maria: Começaram a fazer esse movimento pra abrir no sábado. (SILVA, Maria de Fátima, 2011).

A partir de sua fala, fica perceptível que é em torno da luta contra o aumento da jornada de trabalho que a categoria dos trabalhadores comerciários mais se mobiliza coletivamente. Ainda mais sendo o setor de atividade que tem a maior carga horária de trabalho semanal, como apontou o DIEESE. Portanto, a mobilização da categoria e as discussões entre os sindicatos começaram em torno da abertura aos sábados.

No entanto, ao analisar as Convenções Coletivas de Trabalho assinadas entre o SINDILOJAS E SINDECCASCAVEL, pode-se perceber que a categoria sofreu vários ataques sobre a questão da abertura aos finais de semana. Na Convenção Coletiva, vigente entre o período de 01 de junho de 2003 a 31 de maio de 2004, sobre o trabalho aos sábados, só está previsto pela Convenção a possibilidade de trabalho no primeiro sábado de cada mês, no período das 12h às 17h.

Na Convenção Coletiva referente ao exercício dos anos de 2008-2009, válida a partir da data base de 01 de junho, já se percebe o processo de abertura do comércio aos sábados. A Convenção passa a prever a possibilidade de trabalho também para o segundo sábado do mês, mas com um horário diferenciado, a partir das 13 horas.

A partir de 2009, os ataques a categoria são ainda mais significativos. Na Convenção de 2009-2010, já se estabelece a possibilidade de trabalho em todos os

sábados do mês, a partir das 09h até às 17h. Ou seja, um duplo ataque, pois além de aumentar os sábados trabalhados, o comércio passa a abrir pela manhã também e não somente a tarde, como estava previsto anteriormente. Na Convenção de 2011-2012, a garantia que o trabalhador tinha de ter uma folga no mês aos sábados, como era previsto nas outras convenções, passa a sofrer uma medida flexível. A Convenção deixa de estabelecer a obrigatoriedade de uma folga por mês no sábado para o trabalhador, tornando essa folga facultativa para qualquer dia da semana. Segundo o Terceiro Parágrafo, da Cláusula 17^o, da Convenção Coletiva de Trabalho de 2011/2012, assinada entre os sindicatos, “o empregado terá direito a uma folga compensatória de um sábado ou até a semana seguinte, desde que labore até às 17h”.

Paulo Moraes, presidente do SINDECCASCAVEL, narra como que foi esse processo de discussão sobre a abertura do comércio aos sábados, entre o sindicato dos Trabalhadores Comerciários e o Sindicato Patronal.

Karen: Eu achei que era bem mais recente essa luta do domingo, eu me lembro de uma luta em relação ao sábado...

Paulo: É, nós começamos a negociar o sábado, em razão de preservar os domingos... O primeiro sábado, “pois é, o segundo sábado o primeiro sábado é final do mês” e normalmente as empresas não pagam até o 30^o dia, pagam até o 5^o dia do mês subsequente, mas quem paga final de mês é prefeitura, estado, funcionário público né... Aí então, passou o segundo sábado... Daí o seguinte “o terceiro sábado, tem muita empresa que dá um adiantamento no dia 15, dia 20 e já coincide com o 3^o sábado”, “4^o sábado por que já fica perto do outro mês, do início do outro mês, às vezes antecipa dia 28 ou 27 o último dia útil, às vezes antecipa e isso acontece” e acabou ficou os quatro sábados aberto o comércio... Aí não se contiveram com o sábado, aí já pularam pro domingo e não se contiveram com o domingo, pularam para os feriados... Tanto que tem empresa em Cascavel, que está na justiça pra trabalhar todos os feriados de 2011. (MORAES, Paulo, 2011).³²

O SINDECCASCAVEL é ligado a Central Sindical União Geral dos Trabalhadores (UGT), que historicamente não é uma Central com um perfil combativo. Segundo o site da Central, a UGT partilha “um conceito de um

³² Paulo Moraes é presidente do SINDECCASCAVEL, sindicato filiado a UGT. A entrevista foi realizada na sede do sindicato, em Cascavel – PR.

sindicalismo democrático, forte, inovador, democrático e plural”³³, termos que obscurecem o enfretamento direto entre trabalhadores e patrões. No Segundo Congresso da UGT, estiveram presentes desde o ex-presidente Lula (PT) e o prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab (DEM) até o presidente da FIESP, Paulo Skaf. Por mais que sejam semelhantes às pautas de lutas de sindicatos de trabalhadores comerciários ligados a outras centrais, como a CSP – Conlutas, a forma de negociação expressa pela UGT de “sindicalismo democrático” expressa a diferença e a distância das concepções classistas³⁴.

Segundo a fala de Paulo Moraes, o sindicato priorizou o tom da “negociação” com a classe patronal para preservar o domingo. Porém, o que se observou, analisando as Convenções Coletivas e as falas dos trabalhadores, é que essas concessões acabaram por dar margem para ataques maiores sobre as condições de trabalho do comerciário, resultando no comércio aberto em jornada normal no sábado e com perspectivas de abrir no domingo.

Ao que parece, em relação à questão da abertura do comércio aos domingos, a direção do SINDECCASCAVEL tem sido mais combativa. Primeiramente, para os trabalhadores, o fato de ter de trabalhar aos domingos é mais inaceitável do que trabalhar aos sábados, tendo em vista que o descanso semanal remunerado em sua maioria é, habitualmente, aos domingos. Entre os lojistas abertura no domingo também não é consensual, sendo que segundo Paulo Moraes, a Assembleia do SINDILOJAS decidiu, com 97% dos presentes, pela não abertura do comércio, havendo um consenso entre os dois sindicatos. Os motivos para essa decisão da classe patronal, em sua visão, é que 60% do comércio de Cascavel é formado por pequenas lojas e a maioria não teria estrutura para manter os estabelecimentos abertos aos domingos.

Porém, uma questão complicada que ele pontua é sobre a pressão que as grandes lojas exercem no comércio. Por exemplo, a partir do consenso entre o Sindicato dos Trabalhadores o Sindicato Patronal, a proibição da abertura do

³³ Segundo dados do Ministério do Trabalho e Emprego, a União Geral dos Trabalhadores é a terceira maior central sindical do país, dirigindo 1033 entidades em 2011. Nota disponível em: <<http://www.ugt.org.br/NoticiasZoom.asp?ReclId=4285&RowId=bd100000>>

³⁴ Sindicatos dos Comerciários de Nova Iguaçu e Região (SINDICONIR) e Sindicato dos Comerciários de Passo Fundo e Região (SECPF) são exemplos de sindicato de trabalhadores comerciários ligados a CSP – Conlutas.

comércio aos domingos foi registrada na Convenção Coletiva de Trabalho. Porém, como as empresas maiores têm a possibilidade de remunerar os seus funcionários, trabalhar com uma escala menor de trabalho, e a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), não prevê que todos os descansos remunerados do trabalhador tenham que ser obrigatoriamente no dia de domingo. O parágrafo da Convenção Coletiva foi derrubado através de ação judicial.

Paulo: A lei não determina a pagar, não determina pagar... Essa proposição de pagar é atendendo o interesse que a empresa quer que seu empregado trabalhe... Então o que eles analisam, “bom vocês sindicalistas, se a lei permite, que nos abrimos, e que cada quatro descansos semanais, um tem que ser no domingo e eu não preciso pagar e eu tô querendo pagar, vocês então, não tão do lado do trabalhador”, entende... Por que na ótica dele, o empresário, o fato dele propor o pagamento pra você, nos teríamos que automaticamente negociar, entre você não ganhar nada e trabalhar, ganhar alguma coisa trabalhando... Só que se eu fizer com uma isso, eu tenho que fazer com todas, com todo o comércio... Vamos imaginar, se eu tenho oito empresas com cem funcionários e eu proponho essa situação, faço acordo contigo, até por que você tem condição de fazer uma escala, de trabalhar com 30% ou 40% a menos desses funcionários e dar folga pra eles... Mas a outra do lado, só tem vinte funcionários, e você vende computador e geladeira, e esse aqui vende computador e geladeira, um com cem funcionários e outro com vinte... Esse aqui também quer abrir no domingo... O de vinte vem falar, que o que você propôs ele não tem condição de propor, como é que eu vou fazer? Se foi proposto R\$ 50,00 como eu vou aceitar, menos, R\$ 25,00? Eu não posso ficar leiloando a mão de obra dos trabalhadores do comércio... É isso que a gente queria que pessoal entendesse, precisa ter uma concorrência mais leal, tem setores que tem muita concentração de renda, e que podem propor... Esses vão poder trabalhar no domingo e os outros que não podem vão ter que ficar fechado? (MORAES, Paulo, 2011).

No entendimento judicial deste processo, o sindicato não pode proibir o interesse do empregador de que seus empregados trabalhem, desde que ele os remunere adequadamente. Do aspecto legal, a CLT estabelece na Seção III, dos períodos de descanso:

Art. 66 – Entre 2 (duas) jornadas de trabalho haverá um período mínimo de 11 (onze) horas consecutivas para descanso.

Art. 67 – Será assegurado a todo empregado um descanso semanal de 24 (vinte e quatro) horas consecutivas, o qual, salvo motivo de

conveniência pública ou necessidade imperiosa do serviço, deverá coincidir com o domingo, no todo ou em parte.

Parágrafo único – Nos serviços que exijam trabalho aos domingos, com exceção quanto aos elencos teatrais, será estabelecida escala de revezamento, mensalmente organizada e constando de quadro sujeito a fiscalização.

Art. 68 – O trabalho em domingo, seja total ou parcial, na forma do art. 67, será sempre subordinado à permissão da autoridade competente em matéria de trabalho. (Grifo meu).³⁵

Primeiramente, o comércio não é considerado um serviço que seja indispensável a população, e que tenha que necessariamente abrir no domingo. Porém, a CLT permite o trabalho no domingo mediante permissão da autoridade competente, ou seja, uma decisão judicial pode autorizar a abertura do comércio no domingo, dando margem para a flexibilidade da jornada de trabalho.

A fala de Hélio, vendedor da loja Ponto Frio, pontuou que sua jornada de trabalho na loja é desgastante. Porém, a necessidade do trabalho somada a necessidade de arcar com os custos de seus estudos acaba por lhe pressionar.

Karen: Entendi... Tu tinha me falado que a questão mais complicada do comércio é a questão do tempo né, já tinha esquecido de te perguntar...

Hélio: Ah é... Olha só, por exemplo, o comércio... daqui uns dias o comércio inteiro vai começar a abrir no domingo, Cascavel não está fugindo desta realidade, só que assim... Chega num ponto que desgasta né... Eu mesmo que faço faculdade, não tenho tempo pra estudar, só no domingo... Você tem que descansar ou estudar, tem que escolher um dos dois pra fazer, sai... Imagina, trabalha domingo das 09 horas às 17 horas, 18 horas... Vai fazer o que de noite, nada! Você quer descansar, quer aproveitar, sair... Então trabalhando assim, tem pouco tempo pra gente, pouco não é praticamente todo o tempo, eu passo mais tempo na loja do que em casa. (RIBEIRO JÚNIOR, Hélio, 2011).

O desgaste causado pela extensa jornada de trabalho, com a abertura do comércio do domingo, faz com que Hélio pense na possibilidade de sair da loja, mesmo que anteriormente tenha afirmado sobre a necessidade do trabalho para conseguir estudar – apesar de lhe faltar tempo para se dedicar aos estudos. Porém, o trabalhador também tem os seus limites e se articula a partir deles, como no caso

³⁵ BRASIL. Consolidação das Leis do Trabalho. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm>

de Hélio, determinando a sua permanência na empresa até que as condições de trabalho ainda sejam suportáveis.

Hélio atribui a pressão pela abertura do comércio no domingo, principalmente das grandes empresas como o caso da loja Ponto Frio, pela falta de uma postura combativa e desde o início das negociações em torno da abertura do comércio aos finais de semana.

Karen: Pois é né... Tempo é precioso... Você me falou do comércio abrir no domingo, deixa eu te perguntar, teve alguma coisa do sindicato sobre isso? Uma vez não teve, antigamente?

Hélio: Teve, só que o que acontece, é que o sindicato não está importando muito pro lado dos trabalhadores, se ele se importasse pelo lado do trabalhador, ele já bloqueava e não abria todos os sábados... É só em Cascavel que abre todos os sábados o comércio, em Londrina, em Maringá, em Maringá só abre os dois primeiros sábados do mês, e se ficar alguma loja que passou do horário estipulado, o sindicato vai lá é proibido por que lá o sindicato é forte... Aqui o sindicato não está nem aí, tá nem aí pro trabalhador... O que acontece... É uma realidade, Cascavel tem muito a crescer, é pra ser uma das maiores metrópoles da região, é pra ser Cascavel, tá chegando o Shopping Catuaí também, só que o sindicato não colaborou, aí o pessoal tá em cima dos trabalhadores, o mercado abre no sábado, no domingo até as 19 horas da noite, você acha que isso daí é justo pra quem tem família? (RIBEIRO JÚNIOR, Hélio, 2011).

A partir do diálogo com as entrevistas e da análise das Convenções Coletivas de Trabalho da categoria, pode-se observar algumas concepções que os trabalhadores constroem a respeito de sua jornada e do seu trabalho e as disputas que travam no chão da loja e no seu cotidiano laboral. Além de indicar algumas questões a respeito da luta história dos trabalhadores comerciários contra a abertura do comércio aos finais de semana, que ainda permanece como ponto de pautas, mesmo com derrotas da categoria.

CAPÍTULO 3. “VOCÊ COMEÇOU A FAZER PARTE DO MAIOR GRUPO DA AMÉRICA LATINA”: AS PRESSÕES E OS SIGNIFICADOS PARA OS TRABALHADORES COMERCÍARIOS SOBRE FUSÃO DAS CASAS BAHIA E LOJA PONTO FRIO E A MUNDIALIZAÇÃO DO CAPITAL”

3.1 FUSÃO CASAS BAHIA E PONTO FRIO: CENTRALIZAÇÃO E MUNDIALIZAÇÃO DO CAPITAL NO COMÉRCIO VAREJISTA E AS MUDANÇAS NO MUNDO DO TRABALHO.

Desde o século XIX as dinâmicas capitalistas – visando a acumulação do capital, apropriação de mais - valia e concentração de capitais – incomodam aqueles que, em diferentes reflexões, priorizaram apontar como se sustenta o desenvolvimento do modo de produção capitalista. Esse modo de produção se baseia na exploração da classe trabalhadora e, por isso, marca o modo de vida dos trabalhadores, que precisam enfrentar essa relação desigual e classista. É possível observar esse processo de centralização do capital no comércio varejista brasileiro, setor em que a pesquisa tem especial interesse.

De acordo com Karl Marx, certa acumulação de capital em mãos de produtores particulares de mercadorias constitui condição preliminar do modo de produção especificamente capitalista. No desenvolvimento do processo de acumulação do capital, Marx identificou uma tendência do capital a aglomerar-se em imensas unidades. Isso aconteceria no primeiro caso pela *concentração* de capital, como o resultado natural do processo acumulativo: cada capital aumenta, e com ele aumenta a escala de produção que realiza. A *centralização* do capital, por outro lado, altera a distribuição dos capitais existentes, reunindo “capitais já constituídos”.

Essa dispersão do capital social em muitos capitais individuais ou a repulsão entre seus fragmentos é contrariada pela força de atração existente entre eles. Não se trata mais da concentração simples dos meios de produção e de comando sobre o trabalho, a qual significa acumulação. O que temos agora é a concentração dos capitais já formados, a supressão de sua autonomia individual, a expropriação do capitalista pelo capitalista, a transformação de muitos capitais

pequenos em poucos capitais grandes. Este processo se distingue do anterior por que pressupõe apenas alterações na repartição dos capitais que já existem e estão funcionando; seu campo de ação não está, portanto, limitado pelo acréscimo absoluto da riqueza social ou pelos limites absolutos da acumulação. O capital se acumula aqui nas mãos de um só, por que escapou das mãos de muitos noutra parte. Esta é a centralização propriamente dita, que não se confunde com a acumulação e a concentração. (MARX, 2009, p. 727).

Segundo Harry Braverman, Marx lança as bases para a teoria da “empresa monopolista”, ao indicar essa tendência de centralização do capital. De acordo com o autor, o capital monopolista tem início nas últimas décadas do século XIX, onde a concentração e a centralização do capital, através dos primeiros trustes, cartéis entre outros arranjos, começaram a firmar-se e assim, conseqüentemente, a indústria e as finanças (que passa a ter especial relevância) tomam forma diante do capital monopolista. (BRAVERMAN, 1987).

Ao mesmo tempo, a consumação da colonização do mundo, as disputas internacionais por hegemonia e áreas de influência econômica na divisão do globo, inauguram os conflitos da era moderna imperialista. Sendo assim, o modo de produção capitalista abrange o aumento de organizações monopolistas no seio de cada país, bem como a internacionalização do trabalho e consolidação de um mercado mundial.

A concorrência acirra-se, então, na razão direta da magnitude dos capitais que se rivalizam e na inversão do número de capitalistas concorrentes. Nas palavras de Marx:

A concorrência e o crédito, as duas mais poderosas alavancas da centralização, desenvolvem-se na proporção em que se amplia a produção capitalista e a acumulação. Além disso, o progresso da acumulação aumenta a matéria que pode ser centralizada, isto é, os capitais individuais, ao passo que a expansão da produção cria a necessidade social e os meios técnicos dessas gigantescas empresas industriais cuja viabilidade depende de uma prévia centralização do capital. Hoje em dia, portanto, é muito mais forte do que antes a atração recíproca dos capitais individuais e tendência para a centralização. (MARX, 2009, p. 728).

A centralização do capital possibilita ao modo de produção capitalista, ampliar a escala de acumulação e apropriação de mais-valia. Com o desenvolvimento da acumulação, o capital social aumenta na medida em que os capitais individuais

também crescem. Porém, a centralização do capital concentra os capitais já formados. Os capitais pequenos são esmagados pelos grandes, podendo acumular-se em um reduzido número de mãos, por escapar das mãos dos que o detinham anteriormente.

A centralização do capital aumenta e acelera os efeitos da acumulação, pois diferentemente de um processo mais lento pela reprodução do capital, a centralização altera os grupos em que o capital social está dividido. A formação das sociedades anônimas resulta de fusões e anexações entre os grupos capitalistas, a supressão da empresa familiar para a empresa monopolista, são frutos de um processo histórico, do desenvolvimento do modo de produção.

A centralização completa a tarefa da acumulação, capacitando o capitalista industrial a ampliar a escala de suas operações. É o mesmo efeito econômico dessa ampliação, decorre ele da acumulação ou da centralização. E tanto faz que a centralização se realize pela via compulsória da anexação, quando certos capitais se tornam o centros de gravitação tão poderosos que quebram a coesão individual de outros capitais, absorvendo seus fragmentos, ou mediante a fusão de capitais já formados ou em formação, obtida por meio de processo mais suave de constituição de sociedades anônimas. (MARX, 2009, p. 730).

Estas tendências estão cada vez mais presentes no desenvolvimento capitalista e também chamaram a atenção de Lênin. Em sua obra, “Imperialismo, fase superior do capitalismo”, ele observa o aumento do capital em escala mundial. O nascimento dos monopólios, como conseqüência da concentração da produção, é uma lei geral e essencial do atual estágio do desenvolvimento do capitalismo. (LÊNIN, 1985).

A antiga livre concorrência é substituída pela centralização dos grandes capitais. Ao observar a Inglaterra no início do século XX, Lênin conclui, assim como Marx, que a livre concorrência gera concentração da produção, que, ao atingir certo grau de desenvolvimento, conduz ao monopólio.

O monopólio seria a última palavra da nova fase do desenvolvimento capitalista, denominada como “imperialismo”. Na fase imperialista, por mais que a produção passe a ter um caráter mundial, pois as fronteiras mundiais são alargadas, a apropriação desta continua privada.

A livre concorrência constitui o traço essencial do capitalismo monopolista e da produção mercantil em geral; o monopólio é exatamente o contrário da livre concorrência; mas nós vimos está última converter-se, sob os nossos olhos, em monopólio, criando nela a grande produção por uma ainda maior, levando a concentração da produção e do capital a um ponto tal que fez e faz surgir os monopólios: os cartéis, os sindicatos patronais, os trustes, e fundindo-se com eles, os capitais de uma dezena de bancos que reúnem bilhões. Ao mesmo tempo, os monopólios não eliminam a livre concorrência de que nasceram: eles existem acima e ao lado dela, implicando assim contradições, fricções, conflitos particularmente agudos e violentos. O monopólio constitui a passagem do capitalismo a um regime superior. (LÊNIN, 1987, p. 87).

O imperialismo, outro momento do capitalismo, é resultado de um determinado processo histórico, onde o capitalismo alcançou um grau de desenvolvimento muito elevado. Quando se formaram e se revelaram plenamente os traços de uma época de transição do capitalismo para um regime econômico e social superior no início do século XX.

As principais características do imperialismo, salientadas por Lênin (1987), seriam: 1) Concentração da produção e do capital, atingindo um grau de desenvolvimento tão elevado que origina os monopólios, cujo papel passa a ser decisivo no modo de produção capitalista; 2) fusão do capital bancário e do capital industrial, e o surgimento de uma oligarquia financeira; 3) diferentemente da exportação de mercadorias, a exportação de capitais assume uma importância muito particular; 4) formação de uniões internacionais monopolistas de capitalistas que partilham o mundo entre si; 5) partilha territorial do globo entre as maiores potências imperialistas.

Em sua essência, imperialismo é o capitalismo monopolista, marcando a transição do capitalismo a uma ordem superior. Em suas palavras:

Se tivéssemos de definir o imperialismo da forma mais breve o possível, diríamos que ele é a fase monopolista do capitalismo. Esta definição englobaria o essencial, por que, por um lado o capital financeiro é o resultado da fusão do capital de alguns grandes bancos monopolistas com o capital de grupos monopolistas de industriais; e, por outro lado, por que a partilha do mundo é a transição da política colonial que se estende sem obstáculos às

regiões ainda não apropriadas por qualquer potência capitalista, para a política colonial da posse monopolizada de territórios de um globo inteiramente partilhado. (LÊNIN, 1987, P. 87).

Com o advento do neoliberalismo no final do século XX, a centralização de capital atinge patamares ainda mais significativos, correspondendo a mudanças na acumulação do mesmo e nos processos produtivos. O motivo para isso pode ser entendido a partir do acirramento de competição entre os grandes capitais por mais espaço no mercado mundial. O capital mundializou-se (e internacionalizou-se) e se centralizou em um patamar ainda não atingido na história.

Ao debruçar-se sobre o processo de mundialização do capital, François Chesnais pontua que “o grau de interpenetração entre os capitais de diferentes nacionalidades aumentou. O investimento internacional cruzado e as fusões-aquisições transfronteiras, engendraram estruturas de oferta altamente concentradas a nível mundial”. (CHESNAIS, 1996, p 33).

No Brasil, é a partir do governo Collor, nos anos 90, que a política neoliberal impulsionou maior integração do capitalismo brasileiro à mundialização do capital (ALVES, 2000). Segundo Ruy Braga, somente nesse período que tais evoluções históricas consolidaram-se efetivamente, originando um regime de acumulação mais ou menos coerente. (BRAGA, 2006).

É possível observar esse processo de centralização do capital no comércio varejista brasileiro. O setor, até a década de 1980, era constituído predominantemente por estabelecimentos de médio e pequeno porte, com atuação regional. A partir dos anos 90, esse quadro muda para um movimento expansionista das maiores redes varejistas, ocorrido tanto por abertura de novos pontos de vendas, como por aquisição de redes menores. Processo que está diretamente relacionado com a internacionalização e centralização do setor. (FRANÇA JÚNIOR, 2010).

No início do século XXI, esse processo não é diferente. Como já indicado, no último período o processo de centralização do capital no setor vêm se acentuando mediante as fusões e aquisições, crescendo ano após ano. Dentro dessa dinâmica, outra característica do setor é a forte tendência à internacionalização, sendo que as principais varejistas do país na atualidade (como por exemplo, Grupo Carrefour,

Grupo Pão de Açúcar, Lojas Americanas) não são formadas por capital totalmente nacional. (FRANÇA JÚNIOR, 2010).

É neste contexto que se insere a fusão das lojas Ponto Frio e Casas Bahia, na tentativa de se manter e disputar cada vez mais espaço no mercado. Consolidando-se cada vez mais como, retomando as palavras de Braverman, uma “empresa monopolista”.

O diálogo sobre a união dos dois grupos se inicia no ano de 2009. Cabe salientar que a fusão não é entre as Casas Bahia e a loja Ponto Frio (Globex S/A), mas entre as Casas Bahia Comercial LTDA. e a Companhia Brasileira de Distribuição, leia-se “Grupo Pão de Açúcar”, pois o mesmo adquiriu a Ponto Frio no ano de 2009.

Porém, a fusão só remete às atividades no varejo de eletroeletrônicos do Grupo Pão de Açúcar, onde o grupo atuava anteriormente na operação com as bandeiras Extra Eletro e Ponto Frio. O objetivo do Grupo Pão de Açúcar, desde a aquisição da rede de lojas Ponto Frio, é consolidar-se no ramo do varejo de eletroeletrônicos, expandido suas atividades no setor não-alimentício. Segundo França Júnior (2010), a expansão dos ramos de atividades das empresas fundidas é uma característica que as operações de igual vêm apresentando. Ao passar a atuar em outros ramos de atividade para aumentar sua área de influência no mercado, fica expressa a tendência capitalista de fortalecimentos dos grandes grupos, inclusive com maior abrangência de atividades.

O processo de fusão é apresentado, em 2009, para os órgãos de regulação da concorrência, como o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) e Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE). No segundo semestre de 2010 é assinado um Acordo de Reversibilidade de Operação (APRO), por meio do qual as instâncias competentes autorizam a fusão, porém com restrições.

Essas restrições impostas objetivam garantir algumas medidas para que o impacto da fusão cause o menor prejuízo ao mercado. As restrições que constariam no APRO seriam as seguintes: 1) As companhias deverão manter as suas marcas Casas Bahia e o Ponto Frio, bem como deverão realizar campanhas promocionais separadas, assegurando investimentos em propaganda e *marketing* em patamares

compatíveis com os exercícios anteriores, ressalvadas as hipóteses excepcionais decorrentes da conjuntura econômica; 2) As companhias deverão manter em funcionamento as lojas atualmente existentes nos municípios nos quais as duas empresas estão presentes; 3) Manterão seus respectivos Centros de Distribuição (CDs) e a Fábrica de Móveis Bartira; 4) manterão as suas respectivas políticas de concessão crédito; 5) Serão mantidas as estruturas de compras e os seus instrumentos contratuais comerciais separados, ainda que possam, desde logo, atuar de forma conjunta nessa área; 6) Adicionalmente, as empresas se comprometeram a manter os níveis gerais de emprego nos CDs e nas respectivas lojas.³⁶

Na análise da SEAE, em 171 municípios onde os grupos têm atividades, ocorrem sobreposição, ou seja, atuam com mais de uma bandeira (Casas Bahia, Ponto Frio ou Extra Eletro). Em 162 municípios, essa sobreposição entre as partes superou os 20%, limite acima do qual haveria possibilidade de exercício unilateral de poder de mercado, conforme a legislação nacional, segundo a análise do Guia de Concentrações Horizontais da Secretaria. A porcentagem correspondente à concentração do mercado por municípios onde há sobreposição seria abaixo de 20% - 9 municípios; entre 20% e 35% - 31 municípios; 35% e 50% - 34 municípios e acima de 50% - 97 municípios.³⁷

Com a operação, funde-se a primeira e a segunda loja, Casas Bahia e Ponto Frio respectivamente, do varejo de eletrodomésticos e eletrônicos do Brasil. Serão mais de mil lojas espalhadas em 18 Estados brasileiros, três centros de distribuição (CDs), a maior fábrica de móveis da América Latina (Bartira – fábrica das Casas Bahia) e mais de 70 mil funcionários. O faturamento previsto com a fusão gira em torno de 20 bilhões de reais.

A concorrente mais próxima, a *holding*³⁸ Máquinas de Vendas, outro aglomerado de lojas formado por fusões e aquisições que reúne as redes

³⁶ Ministério da Fazenda – Secretaria de Acompanhamento Econômico. Parecer técnico Ato de Concentração entre as empresas Companhia Brasileira de Distribuição e Casas Bahia. Disponível em: <www.seae.fazenda.gov.br/parecer-cbd-globex-publico-final/download> Acesso em 05/05/2011

³⁷ Idem.

³⁸ *Holding* é um termo em inglês utilizado para definir uma sociedade criada para administrar um grupo de empresas.

Insinuante, Ricardo Eletro e City Lar, possui 750 lojas e 20 mil funcionários. O que demonstra o peso do gigante que se formou no varejo.

O Grupo Pão de Açúcar, com a fusão com as Casas Bahia passa a ser a maior rede varejista do país, com mais de 1.800 lojas e 145 mil funcionários, o maior empregador privado do país. Após a união, o faturamento do Grupo Pão de Açúcar corresponde sozinho ao faturamento combinado do Carrefour e Walmart, varejistas de peso internacional.³⁹

Com a fusão, as Casas Bahia deixa de ser uma empresa com administração marcadamente familiar (Família Klein) e passa a fazer parte de um dos grupos brasileiros mais internacionalizados: o Grupo Pão de Açúcar, primeiro aglomerado varejista a negociar as suas ações na bolsa de valores de Nova York⁴⁰. Aparentemente, parece existir uma contradição entre a fusão e a imagem que a Casas Bahia tenta construir para a sociedade, em torno de valores morais como “casa” e “família”, e de não seguir “modismos” e tendências do desenvolvimento do mercado (capitalista). Como expresso em seu site:

A rede segue a cartilha de seu fundador, Samuel Klein. Sua empresa não segue tendências e modismos. Está focada na arte de comprar e vender e se dedicar ao cliente, proporcionando aos seus consumidores atuais qualidade de serviços, presteza na concessão de crédito e assistência continua no pós-venda.⁴¹

O que se percebe é justamente ao contrário, mostra-se uma empresa ligada as dinâmicas atuais do mercado, até pela própria necessidade de se manter neste, com cada vez maior lucratividade. Porém, de fundo, a contradição é apenas aparente, pois afinal o objetivo da empresa é o lucro. As formas para garanti-lo (empresa de caráter familiar ou internacionalizada) são meios na dinâmica capitalista, alternativas mais ou menos interessantes para o capital e seus agentes de acordo com o desenvolvimento do capital.

Esta fusão é expressão da tendência à internacionalização do varejo, bem como da concentração do setor, que são características assumidas no

³⁹Dados extraídos de: <www.grupopaodeacucar.com.br/o-grupo/o-grupo.htm> Acesso em: 17/06/2010.

⁴⁰ Idem.

⁴¹ Citação extraída do site: <www.casasbahia.com.br> Acesso em: 19/06/2010.

desenvolvimento do capitalismo monopolista. Como pontua Chesnais, “a empresa multinacional se constitui como uma empresa nacional de grande porte e que a partir de seu estabelecimento nacional, se expande e se internacionaliza.” (CHESNAIS, 1999, p. 96). Essas características, assumidas no desenvolvimento do capitalismo monopolista, levam à abertura de oligopólios nacionais que vêm se desenvolvendo até internacionalmente.

Como o comércio brasileiro não é tão concentrado em comparação a outros países, como por exemplo, a França, onde as cinco maiores empresas do varejo detêm 67% de todo o mercado, a perspectiva com a fusão é a expansão das lojas, principalmente para a Região Norte e Nordeste do país.(FRANÇA JÚNIOR, 2010).

Porém, fechamentos de lojas e conseqüentemente de postos de trabalho, estão inclusos nesse processo de fusão entre Casas Bahia e Ponto Frio, a partir da reestruturação da presença do grupo no país. Para que não houvesse nenhum impedimento por parte dos órgãos de regulação da concorrência para a aprovação da fusão, caso houvesse número acentuado de demissões, as Casas Bahia e Ponto Frio fecharam lojas antes de declararem as negociações. No Estado do Rio Grande do Sul, a Casas Bahia encerrou toda a sua atividade fechando oito lojas. Já a Ponto Frio fechou lojas nas cidades de Lages e Rio do Sul, ambas no Estado de Santa Catarina.

Esse processo de reestruturação, das grandes redes varejistas, através das fusões e aquisições, meios de centralização do capital, obviamente trazem mudanças para o mundo do trabalho.

As análises que alguns nomes da sociologia do trabalho sobre o processo de mundialização do capital (concentração, internacionalização do capital) e o impacto nas relações de trabalho, como Giovanni Alves (1999, 2000) e Ricardo Antunes (1995, 2005), atribuem a mundialização do capital ao processo que se convencionou a chamar de “reestruturação produtiva”, ou seja, as mudanças no processo de trabalho das últimas décadas do século XX.

“É a partir da mundialização do capital que se desenvolve um complexo de reestruturação produtiva, com impactos estruturais no mundo do trabalho. Ele surge como ofensiva do capital na produção, tendo em vista que debilita a classe, não apenas no aspecto objetivo, mas principalmente no subjetivo. É por isso que, na perspectiva

histórico-ontológica, o novo complexo de reestruturação produtiva não possui caráter “neuro” na perspectiva da luta de classes. Ele apenas expressa, na medida em que se desenvolvem as alterações do processo de trabalho, algo que é intrínseco à lei de acumulação capitalista: a precarização da classe dos trabalhadores assalariados, que atinge não apenas, no sentido objetivo, a sua condição de emprego e salário mas, no sentido subjetivo, a sua consciência de classe”. (ALVES, 2000, p. 09).

O conceito de “reestruturação produtiva” parece ser o principal conceito que busca discutir as mudanças no mundo do trabalho neste período. Essas mudanças estariam ligadas, segundo ALVES (2000), ao método de gestão da produção conhecido como *toyotismo* que tem sua gênese histórica no Japão, por volta dos anos 1950. Porém, é a partir dos anos 80, com o incremento da mundialização do capital, que os princípios de organização japonesa adquirem dimensão universal, não somente na indústria, mas também no setor de serviços.

Nessa perspectiva, é sob o ímpeto da mundialização do capital que as práticas de *acumulação flexível*, como a terceirização, *lean production*, multifuncionalidade, formas de pagamento em base a produtividade, características do modelo japonês, se impõem cada vez mais para as empresas transnacionais.

Para Alves (1999), todo empreendimento capitalista é coagido pela concorrência a adotar procedimentos técnico-organizacionais (e também ideológicos e valorativos) de matriz *toyotista*. Mesmo não participando da criação de valor, o setor de serviços, o comércio e a administração pública tendem a incorporar os valores do “neoprodutivismo *toyotista*”.

O *toyotismo* ou a lógica de organização do trabalho em base aos princípios *toyotistas*, a partir da mundialização do capital e com a crise de superprodução do capital nos anos 1980 e do modelo fordista, torna-se o “momento predominante” do complexo de “reestruturação produtiva”, iniciado no fim do século XIX.

A partir da crise estrutural do capital e de sua *mundialização*, no decorrer da década de 1980, o que veio a ser denominado de *toyotismo* tornou-se o “momento predominante” do “regime de acumulação flexível”, que surge a partir da crise do “regime de acumulação fordista” em meados da década de 1970. O *espírito do toyotismo* tornou-se, naquelas determinadas condições histórico-concretas, um valor universal para o capital em processo. (ALVES, 1999, p. 160).

A constituição do *toyotismo* como momento predominante, que passa a orientar o processo de trabalho também no comércio, nas considerações de Alves, “procura desenvolver cada vez mais, um dos objetivos supremos da produção capitalista sob a mundialização do capital: uma nova captura da subjetividade operária pelo capital” (ALVES, 2000, p. 200)

Sendo assim, segundo Antunes (1995), o processo de mundialização do capital e as mudanças no processo de trabalho advindas do complexo de “reestruturação produtiva” (formas de organização de trabalho de caráter *toyotista*), são métodos de ofensiva do capital no processo de trabalho para desfragmentar ainda mais a classe trabalhadora.

“Assim, o capital, em processo de mundialização, configura-se, mais do que nunca como ofensiva contra o trabalho assalariado, uma ofensiva do capital na produção, debilitando o movimento operário, desintegrando-o e apresentando novos desafios para o mundo do trabalho que emerge, mais ainda, complexificado, fragmentado e heterogeneizado (ANTUNES, 1995, p. 22).

É possível admitir que as mudanças apontadas pelos autores enquanto “reestruturação produtiva” são orientadas para explorar ainda mais a força de trabalho, assim como indicam as análises apresentadas de Ricardo Antunes e Giovanni. Porém, cabe ressaltar que o cenário de exploração é novo somente da perspectivas das estratégias elaboradas, pois a essência do capital é revolucionar-se sem cessar, elaborando novas táticas para expropriar o trabalhador, como acertadamente chama atenção Edmundo Dias, ao problematizar o se concebe pelo conceito de “reestruturação produtiva”. (DIAS, 1998).

Ao que parece, nas análises apresentadas, por mais que a intenção seja a crítica à exploração da classe trabalhadora a partir da “reestruturação produtiva” e suas concepções toyotistas, ainda assim os processos de reorganização da produção são tratados como produtos essencialmente do capital, e não frutos do embate entre capital e trabalho com práticas e dinâmicas que podem ou não se estabelecer. Nesta concepção, a luta de classes é assumida enquanto um elemento estático em relação à “reestruturação produtiva”, e não um embate dinâmico. (BOSI apud MASCHIO, 2008).

O que causa inquietação neste tipo de crítica às mudanças no mundo do trabalho atuais é a desconsideração dos sujeitos que vivenciam esse processo, os trabalhadores, que atuam mais enquanto vítimas das “reestruturações produtivas” do que sujeitos que lêem suas relações sociais e articulam perante elas, mesmo que em condições desiguais.

Portanto, é preciso chamar atenção que interpretar as mudanças nos modos de trabalho – entendendo os trabalhadores enquanto sujeitos desse processo – é interpretar o processo histórico de acordo como sugerido por Marx, pela lógica da luta de classes (DIAS, 1998). Nesse sentido, é possível concordar com Bosi:

As experiências nos espaços de trabalho, identificadas como “reestruturação produtiva”, só adquirem sentido relativamente à luta de classes se forem observadas a partir das interpretações dos trabalhadores que as vivenciam. Qualificadas como *Just in time*, *kanban*, *ccq*, por exemplo, expressam apenas a perspectiva dominante, tentada pelos gestores do trabalho, distante, portanto do enredo desenhado pelos sentimentos, recusas e aceitações dos trabalhadores. As diversas tentativas de organização e desorganização do trabalho precisam ser encaradas como pressões exercidas pelo capital (e seus agentes) sobre os trabalhadores e não como relações de força (e de dominação) já previamente estruturadas e com seus efeitos garantidos. (BOSI, apud MASCHIO, 2008 p. 18).

A questão não passa por deslegitimar a reorganização da produção que pode ser identificada no último período, assim como perceber como esse processo ganhou corpo diante da centralização e concentração do capital, afinal concentram-se também as táticas mais interessantes de exploração do trabalho. O problema está em desconsiderar o trabalhador enquanto sujeito, que também faz parte de suas relações de trabalho, imprime sentidos e elabora dinâmicas sobre elas.

Sendo assim, diante desse contexto de mundialização do capital, onde pela concentração de capitais há um fortalecimento dos grandes grupos, no embate entre capital e trabalho, dar relevância para a compreensão de como os trabalhadores vivenciam este processo é potencializar a dinâmica da luta de classes. Não encarando as mudanças nas relações de trabalho e na organização deste como operadas somente pelo capital, mas também pressionadas e até alteradas pela classe trabalhadora.

3.2 DISPUTAS E SENTIDOS SOBRE AS MUDANÇAS NO MUNDO DO TRABALHO: FUSÃO CASAS BAHIA E PONTO FRIO.

É inevitável que a fusão das duas lojas traga alterações no processo de trabalho de milhares de trabalhadores das lojas Ponto Frio e Casas Bahia. Porém, é interessante discutir como os trabalhadores estão vivenciando e impondo dinâmicas nesse contexto da mundialização do capital. Ou seja, como os sujeitos concretos, que fazem a história, estão experimentando tal processo de concentração e monopolização do setor e como marcam seu modo de vida, as relações e organização de seu trabalho, suscitando novos problemas.

Problemas, que, muitas vezes, não são todos novos, mas que acima de tudo formam e dão continuidade à “experiência” humana, categoria que, de acordo com Thompson, por mais imperfeita que seja, é indispensável ao historiador, pois “compreende resposta mental e emocional, seja de indivíduo ou de um grupo social a muitos acontecimentos inter-relacionados ou a muitas repetições do mesmo tipo de acontecimento.” (THOMPSON, 1981, p. 15).

Sendo assim, um dos elementos avaliados como indícios da tensão existente em torno do processo de fusão das lojas, é o fato de haver um clima de silêncio sobre as mudanças que estão ocorrendo na loja, principalmente nas Casas Bahia, o que gerou várias especulações por parte dos trabalhadores e também dos próprios clientes. Em conversa informal, alguns trabalhadores disseram que chegaram a pensar que poderia se “abrir uma porta” entre as duas lojas com a fusão, pois na cidade de Cascavel as Casas Bahia e as lojas Ponto Frio estão localizadas uma ao lado da outra.

Segundo Rosangela, vendedora das Casas Bahia, os trabalhadores acompanharam o processo de fusão mais pelos meios de comunicação do que por meio de informações na própria loja. Ela atribui essa postura da empresa a uma tentativa de não “assustar” os funcionários sobre as possíveis consequências que este processo poderia trazer para os trabalhadores, principalmente pela perspectiva de fechamento de postos de trabalho, sempre existente no horizonte da classe

trabalhadora, agravando esse sentimento de instabilidade quando se tem alguma mudança em seu local de trabalho.

Karen: E eles avisaram vocês que estavam trabalhando lá, esse negócio da fusão... vocês estavam a par, do que iria acontecer?

Rosângela: Não, a gente ficou sabendo mais pela televisão... Dentro da loja eles não falavam bastante, acho que pra não assustar os próprios funcionários, será que vai demitir, será que vai fechar... os clientes chegavam e falavam “ah, não tem aqui mas tem do lado” “pode pegar mercadoria ali do lado”, “ahh, é a mesma loja, mesma loja”... ah a mesma loja, não é, Bahia é Bahia, Ponto Frio é Ponto Frio. (ORTIZ, Rosângela, 2011).

A partir das entrevistas com os trabalhadores e também de notas das empresas, constatou-se que as principais mudanças com a fusão ocorreram na loja Ponto Frio. Esta rede passou por um período de cortes e instabilidade financeira com a sua antiga dona, Lily Safra. Devido a esse processo, a rede de lojas Ponto Frio não teria uma estrutura de vendas e logística como as da Casas Bahia, ou como da Extra Eletro, bandeira com que o Grupo Pão de Açúcar atuava no ramo⁴².

Concretamente as mudanças no cotidiano dos trabalhadores da Casas Bahia e Ponto Frio começaram no final do ano de 2010. O encerramento⁴³ de todo o sistema operacional das lojas Ponto Frio ocorreu no mês de agosto de 2011, passando a operar com o programa da Casas Bahia.

Para instruir a equipe da loja Ponto Frio a trabalhar com o sistema da Casas Bahia, a logística (entrega, montagem) e metodologia de vendas, foi realizada uma série de treinamentos com os trabalhadores da Ponto Frio. Esse treinamento foi aplicado pelos encarregados de vendas da Casas Bahia em todo o país, o que permitiu que a pesquisa tivesse a oportunidade de entrar em contato com Roberson, da Casas Bahia (responsável pela parte de treinamento da Região Sul), quando estava na loja Ponto Frio de Cascavel para treinar os trabalhadores da filial.

⁴² FACHINI, Cláudia. Lily Safra coloca a venda a Ponto Frio mais uma vez. <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,EMI66149-16373,00-lily+safra+coloca+a+venda+ponto+frio+mais+uma+vez.html>> Acesso em: 15/05/2011.

⁴³ O termo utilizado pelos entrevistados para o encerramento do sistema da loja foi “tombamento”.

Roberson: Essa fusão, o que aconteceu, houve uma fusão, a Ponto Frio não tinha tanto treinamento como ela tem agora, desde outubro que a gente... Eu sou funcionário das Casas Bahia, mas com essa fusão, nós encarregados de treinamento, viemos pra treinar o pessoal da Ponto Frio também... Eles estavam um pouco carente nesta parte e por isso que a gente veio pras lojas, desde outubro que todos os encarregados estão fazendo este trabalho com todas as lojas da Ponto Frio, agora equivale a Bahia e a Ponto Frio. (JUSTINO, Roberson, 2011).

O que se pode perceber com a pesquisa é que a fusão da Casas Bahia e Ponto Frio é sentida de uma forma distinta pelos trabalhadores das duas lojas. Segundo as entrevistas com os trabalhadores da Casas Bahia, a fusão não trouxe mudanças para a rotina de trabalho, já que o sistema da Casas Bahia prevaleceu. Para José da Silva, vendedor da Casas Bahia, a mudança para os trabalhadores da loja seria somente uma mudança “no papel”, ou seja, haveriam mudanças somente do ponto de vista burocráticos, mas não na rotina de trabalho.

Karen: E ali nas Casas Bahia, você trabalha com, móveis né? Ah, deixa eu perguntar, você que trabalha nos móveis, agora a Ponto Frio esta trabalhando com móveis das Casas Bahia né?

José: Sim, agora eles tão trabalhando com os móveis da Bartira né, por que agora é mesma loja...

Karen: Mudou alguma coisa depois que virou a mesma loja? Depois que fundiu as duas lojas?

José: Pra gente não, o que vai mudar vai ser pra eles, pra nós não...

Karen: Pra você não mudou nada? Vai muda pra Ponto Frio?

José: Mudou assim, só que agora é o mesmo dono né, mudou na carteira só, mas pra gente de verdade não mudou não... Só no papel, que eles colaram lá na carteira, só, pra fazer a alteração, mas é isso mesmo...

Karen: Mas na rotina de trabalho isso não mudou?

José: Não... Na rotina não... Na verdade, é eles que adotaram o nosso sistema, e não nós o deles...

Karen: Sério, então pra vocês não muda nada, mas pra eles eu acho que vai mudar bastante né?

José: Pra eles sim...

Karen: Mas deve ter rolado a maior preocupação né, por causa dessa fusão...

José: Ah imagina né, é muito complicado né... O sistema é muito complicado... Até aprender vai ser bem complicado né, o sistema da

Bahia é muito complicado, e como vai mudar lá né... Eu imagino que deve ter preocupado... (SILVA, José da, 2011).

Segundo as entrevistas com os trabalhadores da loja, uma das questões mais complicadas na alteração da organização do trabalho na loja Ponto Frio, será o processo de aprendizagem do sistema operacional da Casas Bahia. Em praticamente todas as falas, os trabalhadores da Casas Bahia chamaram a atenção para a dificuldade de se trabalhar com esse sistema, fato que para José seria considerado motivo de preocupação para os trabalhadores das lojas Ponto Frio.

Erni, trabalhador da Casas Bahia, alude à mesma questão e também compartilha da avaliação de José, que na rotina de trabalho na Casas Bahia a fusão não trouxe qualquer alteração significativa.

Karen: E teve mais alguma mudança sim, com a fusão?

Erni: Mudança... assim pra nós não, o que na verdade mudou foi pra eles né, eles entraram no mesmo sistema de trabalho, montagem vai sair da Casas Bahia, até o sistema, a comercialização, os mesmo códigos, né, o mesmo valor do produto... então eles tiveram que se adaptar ao nosso sistema de trabalho, desde uma etiqueta, então tudo que tem aqui, eles tiveram que fazer lá também... então as mudanças foram lá né... o sistema da Casas Bahia é bem complexo né... as telas né, você tem tela de cadastro, tela de consulta, tudo é tela na verdade... tua matrícula, tua senha fica registrado, então eles sabem de tudo o que acontece né, se você fez uma venda e deu um desconto que não era pra ser dado, se você fez uma venda e voltou um cheque, tua matrícula tá lá... então, tem que ser bem responsável tudo o que você faz, né... eles têm acesso a tudo. (LORENZETTI, Erni, 2011).

A impressão que se constrói a partir da análise das entrevistas é de uma tentativa de valorização do trabalho desempenhado, pois os trabalhadores da Casas Bahia têm que saber trabalhar com um sistema muito complexo, com muita responsabilidade em sua conduta de trabalho, pois a gerência tem acesso a todos os dados pelo sistema. Esses fatores, como já se pontuou, seriam motivos de preocupação para os trabalhadores da loja Ponto Frio, até apreenderem a trabalhar desta forma.

Além do sistema (organização) do trabalho, os trabalhadores da Casas Bahia indicam outras mudanças que os funcionários da loja Ponto Frio precisariam enfrentar: os “benefícios” recebidos, como vale-alimentação e plano de saúde.

Ao fundir as duas empresas, qualquer benefício que o Ponto Frio e o Grupo Pão de Açúcar concedessem aos seus funcionários seriam estendidos para todos os trabalhadores envolvidos. No entanto, foram os benefícios que a Casas Bahia “disponibilizam” aos seus funcionários que foram estendidos aos trabalhadores da Ponto Frio, e não ao contrário. Mohamed, vendedor das Casas Bahia, chama atenção para esta questão.

Karen: E do ponto de vista de você, como funcionário, você acha que essa fusão é interessante?

Mohamed: Pra nós, acho que não fez diferença... assim, pra umas outras lojas, eles vão ter os benefícios que nós tivemos... coisa que eles não tinham antes, nós, no caso funcionários das Casas Bahia, já tínhamos uma estrutura bem formada, cesta básica, convênio médico, ajuda odontológica, são uma série de benefícios que eles oferecem pra gente... que algumas outras lojas não tinham e quando houve essa fusão, todos os benefícios que os funcionários da Casas Bahia recebiam, foram estendidos pra toda a rede...

Karen: Pra toda a rede Pão de Açúcar?

Mohamed: Aham... caso existisse algum benefício que fosse bom pro funcionário lá no Pão de Açúcar, ia ser agregado também... e foi ao contrário, todos os benefícios que nós tínhamos aqui na Casas Bahia foi estendido pra todos... (risos)

Karen: Então você acha que trouxe mais benefícios?

Mohamed: Ah sim, mais benefícios...

Karen: Então pra você, essa fusão foi diferente que a da Brasil Telecom?

Mohamed: Ah totalmente diferente, por que quando acontecem essas fusões sempre há cortes, quase sempre há cortes, demissões, redução de times, e foi ao contrário nessa fusão... além... não sei se você viu, mas tinha gente nova aqui, foram funcionários novos que foram contratados..

Karen: Entendi... então acabou contratando mais gente...

Mohamed: Sim, são mais oportunidades que se abrem... que foram criadas...

Karen: Entendi... eu pensei que até você ia ter um visão diferente, nessa questão da fusão... por causa da sua experiência mesmo...

Mohamed: Até onde eu tenho visto, está sendo benéfica, não teve cortes, redução de vagas... ao contrário, se manteve tudo... em vez

de demitir, foram contratadas mais pessoas. (ROBLES, Mohamed Charneski, 2011).

Para o entrevistado, o fato de haver contratações nas filiais das duas empresas em Cascavel, é um indicativo de que essa fusão foi positiva, principalmente por sua trajetória ocupacional em específico, já que Mohamed foi demitido quando houve a união das empresas Oi e Brasil Telecom, como já foi abordado anteriormente.

No entanto, precisam ser levados em consideração alguns elementos: Com a fusão, a equipe de entrega e montagem das Casas Bahia passou a atender também as lojas Ponto Frio, em todo o país. A loja Ponto Frio terceirizava esse tipo de operação e, com a fusão, o contrato entre as terceirizadas e a empresa foi encerrado. Ou seja, indiretamente, houve fechamento de postos de trabalho por parte da terceirizada, mesmo que se trate de um vínculo ainda mais precário de trabalho. A demissão dos trabalhadores terceirizados não foi compensada por contratação na equipe de montagem e entrega da Casas Bahia na filial de Cascavel, o que indica a intensificação na jornada desses trabalhadores ao precisar atuar nas duas lojas.

Como já foi indicado, de uma perspectiva geral do processo, também houve fechamentos de postos de trabalho, com o encerramento das atividades da Casas Bahia no Rio Grande do Sul e de algumas filiais das lojas Ponto Frio em Santa Catarina.

Porém, Mohamed não indica somente benefícios para os trabalhadores da Ponto Frio, ao analisar o processo de fusão. O entrevistado também indica maiores possibilidades de venda com a ligação do funcionamento das duas lojas, já que eles podem atender um maior número de clientes, pois um cliente que tem cadastro na loja Ponto Frio passará a também ter cadastro nas Casas Bahia. Assim como os demais trabalhadores da loja, Mohamed é comissionado e, portanto, ganha maiores possibilidades de vendas e automaticamente uma maior comissão ao final do mês, para as suas necessidades e de sua família.

Mohamed: (...) Abre um leque muito maior de negociação que você tinha antes... Por que ficou tudo interligado, pra nós mesmo funcionários... Se eu tiver um cadastro aqui na Bahia em Cascavel,

assim e se você for pra uma outra cidade que só tem Ponto Frio... Vou citar um exemplo, você fez um cadastro aqui comigo na Casas Bahia de Cascavel Paraná, a Casas Bahia não tem no Rio Grande qualquer cidade que você foi no Rio Grande do Sul, ou vamos dizer, se você for lá pro Mato Grosso, e tiver uma Ponto Frio lá, teu cadastro vai ta lá... Qualquer segmento que você for do Grupo Pão de Açúcar, teu cadastro tá lá, você não precisa fazer o cadastro de novo...

Karen: Entendi... Uniu o sistema das duas empresa?

Mohamed: Se você fez um cartão de crédito aqui... Se você for na Ponto Frio aqui, teu cartão é aceito, se você for em qualquer loja do grupo Pão de Açúcar, teu cartão é aceito... Entendeu... Então se torna muito mais fácil, você não precisa a toda a hora estar fazendo cadastro "ah, eu tenho cadastro na Casas Bahia, mas aqui eu não tenho"... Agora não, né... Em toda a parte, se você fez cadastro em uma das lojas, vale para toda a rede... (ROBLES, Mohamed Charneski, 2011).

Interessante pensar que, em nenhum momento da sua entrevista, Mohamed pontua que esse maior fluxo de clientes que ele passará a atender, como indica em sua narrativa, trará um dia de trabalho ainda mais estafante. Fica evidente a possibilidade de intensificação do trabalho, pois terá que atender um público maior.

Ao que parece, Mohamed indica uma contradição vivida pelo trabalhador comerciário. A intensificação do trabalho, aditado pelas mudanças na jornada de trabalho pode (é uma possibilidade) aumentar o salário, uma vez que a possibilidade de aumento salarial é definida pelo aumento nas vendas. Motivo que parece explicar a avaliação "positiva" que faz das mudanças na organização do trabalho.

Porém, essa avaliação positiva não está na razão de alinhamento do trabalhador às formas de exploração do trabalho da loja, intensificadas a partir da fusão entre duas redes, mas é uma evidência de que os trabalhadores se movimentam lidando com as "regras do jogo" e tirando proveito delas. Nessa direção, de acordo com Maschio, "é visível que no jogo produtivo não apenas a empresa joga de acordo com as suas necessidades, como o trabalhador se sujeita a determinados ditames em favor de si mesmo" (MASCHIO, 2008, p. 64).

Nas entrevistas com os trabalhadores da loja Ponto Frio, também podem ser observadas algumas práticas articuladas na tentativa de tirar vantagem a partir dessas mudanças na organização do trabalho e nas relações de trabalho. Adriano,

contratado pela loja Ponto Frio, pouco tempo antes do tombamento do sistema, é bastante enfático quanto a isso, relatando que já estava “de olho” na fusão da Ponto Frio com as Casas Bahia, no momento ao ser contratado pela loja.

Karen: Então você pretende mesmo crescer na loja, você acha que a Ponto Frio dá essa oportunidade?

Adriano: Creio que sim... pra te falar a verdade, creio que a Ponto Frio em si não tinha tanta visão de plano de carreira, como depois com a fusão com a Casas Bahia, mas você vê pessoal da Bahia que está há algum tempo com cargos diferenciados já... E a Ponto Frio deu uma direcionada maior para isso... Depois com a fusão da Bahia, com o sistema da Bahia... Por que assim, eu vejo o pessoal lá da Bahia, que eles contam muito o desempenho, e gente na Ponto Frio com anos e anos e na mesma, com o mesmo cargo, com nada diferente...

Karen: Mas você entrou antes da fusão...

Adriano: Isso, eu entrei antes da fusão, mas isso não quer dizer que eu já não estivesse de olho...

Karen: Ah, então isso quer dizer que uma das coisas que te chamou a atenção de entrar na Ponto Frio foi a fusão com a Bahia?

Adriano: Não, foi a questão de ser um grupo grande já a Ponto Frio em si, mas assim, a Ponto Frio em si tem um plano de carreira, era um grupo grande e direcionado a isso (plano de carreira) era interessante... com a Casas Bahia agora, eu vejo que eles tem um plano de carreira bem mais forte, bem contundente entendeu, se eles passarem isso adiante no sistema Ponto Frio, acho que é benefício pra nós... sempre você quer entrar numa empresa que você pode crescer, correr atrás do que eles te passaram pra fazer e um pouco a mais, pra ser a diferença... (ROBLES, Mohamed Charneski, 2011).

É particularmente interessante, em sua narrativa, a observação dos pontos de referência que constrói e como se articulam diante da necessidade do trabalho. Adriano, contratado recentemente pela loja Ponto Frio, pretende fazer carreira (“crescer”) na empresa e viu na Ponto Frio uma possibilidade. Justifica sua percepção, pela loja fazer parte de um grande grupo, porém, com a fusão essas possibilidades de ascensão profissional se potencializariam.

Ao estabelecer uma comparação entre as duas lojas, o diferencial da Casas Bahia seria reconhecimento do desempenho do funcionário e o plano de carreira da empresa, o que para ele é interessante ao pretender “crescer” profissionalmente na loja.

Esse “desempenho” na fala de Adriano remete ao “jogo” vivenciado pelo trabalho no chão da loja, disputando palmo a palmo no seu processo de trabalho. O trabalhador se sujeita a uma condição de exploração. Porém, não vai se sujeitar eternamente a essa condição e, portanto, o capital também tem de ceder em alguns pontos, como elaborando meios para os trabalhadores perceberem as possibilidades de melhores condições de vida e trabalho, como um plano de carreira.

A partir da fusão, houve um aumento das bonificações em dinheiro, para os trabalhadores que cumprem suas cotas. Um dos objetivos da Casas Bahia com a administração da Ponto Frio e, conseqüentemente também do Pão de Açúcar, é o aumento do volume de vendas por metro quadrado da loja.

Anteriormente, a loja Ponto Frio não tinha a prática de premiar o funcionário que cumprisse a sua meta de vendas dos serviços financeiros. A comissão que os trabalhadores recebiam sobre as vendas desses produtos era inferior à que vão receber após a fusão. Ou seja, concretamente, os trabalhadores têm a possibilidade de ter uma melhor remuneração. A fala de Hélio é ilustrativa para perceber as mudanças na remuneração dos trabalhadores das lojas Ponto Frio.

Karen: Quanto você ganha agora por casa seguro?

Hélio: Ah... agora com mudança, é em média de 7%... agora é fixo, antes você tinha diferença, mas agora é fixo...

Karen: Como assim 7%?

Hélio: Um seguro de R\$ 200,00, daí aquela coisa, se você bateu a sua meta de serviço também, o pagamento é dobrado...

Karen: Está diferente por que?

Hélio: Ah, por causa da união da Ponto Frio e das Casas Bahia, é que era assim o pagamento deles, agora é o nosso era uma porcentagem em cima dos serviços, se você passasse da sua meta, não tinha diferença nenhuma, você ganhava o que você vendeu...

Karen: Entendi, você ganhava antes em cima do que você vendeu... Mas era mesma comissão?

Hélio: Não, era menor, uns 4%, 3%...

Karen: Agora com a fusão aumentou?

Hélio: Agora tá um tabelado fixo, 7%, indiferente de qualquer serviço. (RIBEIRO JÚNIOR, Hélio, 2011).

A possibilidade de aumento salarial que o trabalhador da loja Ponto Frio tem com o crescimento do valor das comissões, é um elemento concreto para que se

analise esse processo como algo vantajoso. Porém, isso não deixa de ter um limite. Por mais que os trabalhadores da Ponto Frio avaliem que, no geral, a fusão das duas seja positiva, essa percepção é permeada de algumas considerações. As mudanças em suas relações de trabalho e organização advindas desse processo são interessantes até determinado momento.

A entrevista com Daniel, vendedor do setor de linha marrom da Ponto Frio, é significativa para percebermos as diversas concepções que os trabalhadores elaboram desse processo, e as formas como se articulam na disputa por melhores condições de vida e trabalho. Ao ser instigado a falar sobre as mudanças que vão acontecer com a fusão das duas empresas, ele pontua sobre as mudanças no sistema de benefícios (plano de saúde, vale alimentação, cesta básica entre outros) com união entre Casas Bahia e Ponto Frio.

Daniel teve que cortar alguns benefícios que a Ponto Frio disponibilizava. Como tem esposa e filho, a porcentagem descontada pela empresa em sua folha de pagamento comprometia o orçamento familiar. Com a fusão com a Casas Bahia, o custo dos benefícios tornaram-se menores e, portanto, Daniel voltará a ter acesso a um plano de saúde.

Karen: Ah, mas como a gente estava conversando, eu imagino que deve ter bastante mudança mesmo, ainda mais aqui na Ponto Frio, já que ela fundiu com as Casas Bahia, né?

Daniel: Pois é, né, meu a gente não tá sabendo ao certo o que vai acontecer, nas mudanças que vão acontecer em relação a loja... Olha, um monte de benefício que a gente tinha, eu descontei, pra mim não era viável, agora com a fusão com a Bahia vai ficar menor... O plano de saúde eu tava pagando R\$ 45,00, a cesta básica também tava pagando... O plano de saúde nosso, que eu estava pagando R\$ 45,00 tive que corta, não dá... nós somos em três lá em casa... Eu, minha esposa e meu filho, imagina só, R\$ 45,00 por pessoa, não dá! Dá quase duzentos reais, aí eu cortei... Desconta tudo do seu salário... Lá, eles cobram R\$ 70,00 familiar, vai dá uns R\$ 20,00 por pessoa... A cesta básica que a gente pagava R\$ 40,00, ali é R\$ 15,00... Com essa junção vai vir um monte de coisa legal, de benefício. (SILVA, Daniel da, 2011).

Como já foi indicado, Daniel em sua trajetória ocupacional passou por mudanças semelhantes em suas relações e na organização do trabalho quando

trabalhava nas lojas Dudony, varejista que foi comprada pela loja Baú da Felicidade (Grupo Silvio Santos) e atualmente faz parte do Magazine Luiza. A partir dessa sua experiência, Daniel levanta alguns questionamentos sobre as mudanças no processo de trabalho, advindas das operações de tipo fusões e aquisições. Em sua avaliação, isso mudaria muito a “política” da empresa, ou seja, a forma que o trabalhador está acostumado a trabalhar no chão da loja.

Daniel: Pois é, está acontecendo bastante esse negócio de fusão das lojas, que nem eu falei eu já trabalhei na Dudony que virou Baú, agora na Ponto Frio que virou Bahia, como eu te falei, não é muito bom, principalmente no começo, muda muito a política da empresa...

Karen: A política da empresa? A forma de trabalhar, você diz?

Daniel: Sim, muda né... A política da empresa é diferente... Você está acostumado num ritmo, de negociação... Aí muda... Não vai ter aquele jeitinho que nem, por exemplo, o seu Gercino pode fazer, lá não tem, lá na Bahia não tem... Por exemplo, um cliente que sempre compra com a gente, que passou aqui na loja, gostou de uma coisa, e esqueceu o cartão em casa pra pagar, aí a gente vai e conversa com o seu Gercino, olha seu Gercino, o cara sempre compra com a gente, e hoje ele esqueceu o cartão... o seu Gercino sabe, que se deixa o cara ir embora, pra pegar o cartão e volta, ele não vai volta, não pode deixa a venda passar, então o seu Gercino pega, tira a nota, a gente faz a venda, aí com a venda feita, o cara vem no outro dia e passa o cartão... aí ele já vai ter comprado, ele vai volta... Essas coisas na Bahia não dá, não pode mesmo... Lá tem que ser tudo certinho, tudo certinho... Lá saiu, a nota, tem que pagar, não dá pra esperar pra amanhã. (SILVA, Daniel da, 2011).

Para além das mudanças no seu cotidiano de trabalho, pois mesmo com métodos próximos de organização de trabalho característicos do comércio varejista em geral, existem particularidades entre uma empresa e outra, o que Daniel denomina como “política da empresa”. O que o entrevistado parece compreender como “política da empresa” é a organização do trabalho dentro da loja. A partir da forma de organização do cotidiano de trabalho, os trabalhadores elaboram dinâmicas diante delas, sendo assim, mudanças nos processos de trabalho que podem significar novas práticas estabelecidas pelos trabalhadores, no embate constante entre os interesses do capital e trabalho.

Daniel contrapõem a “positividade” que havia pontuado em sua narrativa anterior, sobre a questão dos benefícios, com uma perda de autonomia ao passar a trabalhar com o sistema e organização de trabalho da Casas Bahia. Em sua avaliação, a organização do trabalho na loja Ponto Frio permite uma margem maior de autonomia para o trabalhador, ao passo que nas Casas Bahia isso não seria possível.

Karen: Lá, digamos, teria menos autonomia?

Daniel: Sim, sim, lá é muito mais sistemático... Olha só, por exemplo, aqui na Ponto Frio, eu trabalho de camiseta, de calça jeans, lá não, lá tem todo aquele uniforme, até lenço as mulheres usam... Já aqui não... Se você chega lá, tipo, 15 minutos atrasado, você tem que pedir pro seu gerente liberar pra você entrar trabalhar... Se você chegar 30 minutos atrasado, não adianta, você perdeu seu dia de trabalho, sabe, nem o gerente consegue liberar mais, teu cartão - ponto não passa... Aqui já, se você chega atrasado, você pega e liga pro seu Gercino, “olha, vou chegar um pouco atrasado” e de boa, sabe... Então, tipo, é mais tranquilo nessas coisas... Lá, se passou teu horário de trabalho e você tá na loja, você vai ter que avisar o seu gerente, o que você está fazendo, pra que ele te libere tu ir ficando mais, se não o cartão não passa na hora de sair, excede a hora... Eles têm que saber o por que você está ainda na loja, por que tá fazendo hora a mais. (SILVA, Daniel da, 2011).

Porém, essa perda de autonomia, inclusive sobre sua própria jornada de trabalho, por um sistema de trabalho mais “sistemático”, como Daniel aponta, também é medido pelo trabalhador. Portanto, a partir dessa forma de organização do trabalho, o trabalhador também se articula, analisando e agindo perante essas novas dinâmicas em seu cotidiano de trabalho. Ao mesmo tempo em que percebe uma maior tentativa da empresa de disciplinar sua força de trabalho, por meio de uma organização mais sistemática no chão da loja, o trabalhador cria meios para tentar tirar vantagem para si em busca de melhores condições de vida e também de trabalho.

Essa articulação dos trabalhadores pode ser percebida sobre a logística, entrega e montagem dos móveis na loja Ponto Frio. Uma das maiores reclamações dos trabalhadores da Ponto Frio seria sobre a logística da loja, principalmente em relação ao setor de móveis, pois além da entrega necessita da montagem do

produto na casa do cliente. Daniel é vendedor de linha marrom na Ponto Frio, por trabalhar com produtos eletrônicos como celulares, televisores, notebooks, ou seja, produtos que tem mais fluxo de vendas na loja e por ter maior consumo pelos clientes, a cotas do setor em que trabalha são maiores e as comissões são menores. Como já foi indicado, a loja estabelece as comissões de acordo com as características do produto e o fluxo de vendas, quanto maior a saída do produto, menor a comissão.

No setor de móveis, a situação é ao contrário, menor fluxo de vendas, comissão maior e também cotas menores, fatores que fazem Daniel almejar trabalhar nesse setor. Porém, pelo problema de logística da empresa, esse setor é muito prejudicado, pois não conseguem cumprir os prazos de entrega e montagem que são estabelecidos com o cliente. Ao não cumprir com o compromisso estabelecido, o cliente é prejudicado o que faz com que reduza as possibilidades dele voltar a efetuar comprar na loja ou, como na linguagem utilizada pelos trabalhadores comerciários, não “fideliza” o cliente com a loja.

Com a fusão, as Casas Bahia passou a assumir a parte de logística da loja Ponto Frio. Para Daniel, pelo fato da empresa ter uma organização mais sistemática, e que funciona melhor que a da loja Ponto Frio, isso é positivo, pois assim o cliente terá o produto no prazo combinado e voltará à loja para adquirir mais mercadorias. Portanto, para o vendedor, isso significa maior possibilidade de vendas e confiança do cliente. Para Daniel, seria resolver o problema do setor em que deseja trabalhar.

Daniel: Mas, olha, tipo, lá na Bahia, as coisas são bem diferente sabe, tipo, que nem móveis aqui... Isso eu quero que mude... Tipo sabe, eu queria vender móveis, por que assim a comissão aqui de móveis é maior, por que vende menos, depende, chega a cerca de 2%, dois e pouco... Ai já viu né, a cota é menor, né... A minha cota, que eu vendo de eletroeletrônicos, tipo batedeira, geladeira, computador essas coisas ai, é 1% e pouco, então vende móveis você ganha mais sabe... Só que aqui é muita dor de cabeça sabe e lá na Bahia não tem isso... O cara faz a venda lá sabe, na hora que ele efetua a venda, ele já sabe a data da entrega, e você pode ter certeza que se a Bahia falar que “olha, é quatro dias úteis pra entrega”... Se eles te falarem, “olha sexta-feira, as nove horas a gente vai entregar”... Aliás, eles não falam a hora, mas assim, eles trabalham com parte da manhã e parte da tarde... Meu, você pode ficar em casa, por que eles vão te entregar...

Karen: Nossa, é meio cronometrado o negócio?

Daniel: Sim sim... É tudo certinho... Ah, e o entregador, tem que anotar na ficha dele, além do papel colocado na porta da casa do cliente, o entregador anota na ficha, tipo que veio tal hora na casa do cliente, qual a cor da casa é tal, se tem um poste na frente, tudo bem certinho, que aí eles podem falar que estiveram na casa do cara, e ele não esteve... Aqui na Ponto Frio, não tem sabe... É quinze dias úteis pra compra, sabe... Aí você vai, o cliente olha, gosta... Aí você fala, tipo "ah vai demorar quinze dias úteis pra entregar..." o cara nem a pau vai comprar, imagina, quinze dias úteis é quase um mês! Aí meu, você fala, quinze dias úteis pra entregar, aí mais sete dias úteis, pensa... mais sete dias úteis, pra monta... você vai querer levar? (SILVA, Daniel da, 2011).

Em sua narrativa, é significativo observar que sua atribuição ao problema da logística da loja Ponto Frio é derivado da adoção do sistema de terceirização, diferentemente da Casas Bahia, que teria uma equipe própria. Segundo Daniel, pelo vínculo contratual precário de trabalho, a baixa remuneração referente à entrega e à montagem dos móveis recebida pelos trabalhadores terceirizados, torna o serviço mal feito. Nesse sentido, nota-se uma concepção negativa atribuída à prática da terceirização.

Karen: A entrega é terceirizada? Você acha que isso prejudica as coisas?

Daniel: Nossa, demais... Tipo, o cara é terceirizado, ele não está nem aí, imagina só... Tem uma entrega lá no Cataratas, lá longe... O cara vai querer ir, montar um guarda-roupa lá no Cataratas, pra ganhar R\$ 1,00 ou R\$ 2,00? Nunca! Ele vai ficar enrolando a gente, aí quando não tiver mais nada pra fazer, ele vai... Aí se o cara fala pra ele, olha eu tenho uma coisa aqui, monta pra mim que eu te dou R\$ 20,00... Aí já viu, se um cara que ele faz isso, ele já atrasa a entrega do cara lá do Cataratas, por que ele vai ganhar muito pouco... Aí monta com pressa, monta mal... Lá não acontecem essas coisas... Por que lá o funcionário das Casas Bahia sabe e é de lá mesmo... Se alguém ligar reclamando, o funcionário é de lá. (SILVA, Daniel, 2011).

Para Daniel, a terceirização atrapalha o seu trabalho, pois acaba postergando a entrega dos produtos comprados pelos clientes da loja. Porém, identifica que a raiz do problema está na baixa remuneração dos terceirizados. Observa-se que os

trabalhadores, muitas vezes “enrolam” para realizarem suas atividades, muitas vezes por que não se submetem totalmente às suas relações de trabalho.

A prática da terceirização garante ao capital uma força de trabalho mais barata, com vínculo de contrato de trabalho mais precário e com isso submetida a uma margem maior de insegurança social e econômica. Porém, as formas de exploração de trabalho, como já apontado, não têm uma lógica de concepção e execução. As lojas Ponto Frio, ao se fundirem com as Casas Bahia, passam a abdicar da utilização da mão de obra terceirizada, por não ser o meio mais interessante para atender as necessidades da loja. Sendo assim, se o capital tem que deixar de utilizar a prática da terceirização, o que implica muitas vezes em diminuir seus lucros, gastando mais com a remuneração da força de trabalho é por que necessita de uma mão de obra com o mínimo de eficiência, para não desorganizar a sua própria produção.

Além disso, Daniel indica outras questões sobre a utilização do método de terceirização na empresa, apontando concretamente como a terceirização significa uma maior fragilidade para o trabalhador, pois são os primeiros setores a ter seus postos de trabalho ameaçados com as mudanças na empresa.

Karen: Lá na Bahia não é terceirizado, né? E agora como que fica com a fusão? E esse pessoal da terceirizada?

Daniel: Ah, certeza que já era pra eles, né... Eles na real, já sabem que a Ponto Frio já vai fechar o contrato com eles, aí não sei né, eles são terceirizados, a gente não sabe ao certo, mas com certeza que já era... Fazer o quê...

Karen: Então, se acha que vai acaba tendo umas demissões aí, pelo menos da parte da terceirizada?

Daniel: Ah, com certeza! Tipo, a Bahia não vai contratar os mesmos caras, certeza, e também, como vai juntar as lojas, ela não vai fazer uma equipe de entrega e montagem pra cada loja, acho que isso vai juntar mesmo sabe... Então os mesmos não vão entrar a trabalhar na Bahia, nem a pau... Ainda mais que assim, lá funciona, como eu te falei, tudo muito certo, tipo assim... Aqui, os caras da entrega chegam com o caminhão, pegam os produtos, vão, carregam o caminhão e vão pra entregar, na boa, a manhã dos caras, vai nisso, pega o produto do estoque, repõem o estoque com alguma coisa, já que os produtos de entrega e produto de reposição vem tudo junto,

uma bagunça, aí eles vão pra entrega, aí já viu né... Perde muito tempo. (SILVA, Daniel da, 2011).

Para além da leitura que o entrevistado faz a respeito das terceirizações, Daniel indica uma intensificação do trabalho dos funcionários das Casas Bahia, com a fusão das duas empresas. A equipe de entrega e montagem da Casas Bahia passa a atender também a loja Ponto Frio, ou seja, tem maior quantidade de trabalho. Segundo os trabalhadores da Casas Bahia, não houve contratações neste setor e, portanto, a mesma equipe atenderá as duas lojas com o mesmo número de pessoas. Os trabalhadores da entrega e montagem não ficam na loja (somente em um pequeno período pela manhã para preparar as entregas), fato este que impossibilitou o contato com esses trabalhadores.

A narrativa de Daniel deixa clara a consciência de que sabe que a loja não vai montar duas equipes de entrega, pois os trabalhadores conhecem a dinâmica da empresa de não contratação de mais funcionários quando cresce a quantidade de trabalho, pelo menos até o limite de não desorganizar as suas atividades de modo a prejudicá-la, mas intensificar a jornada dos trabalhadores já contratados.

A entrevista de Daniel é emblemática para perceber as diversas referências e, também, práticas que os trabalhadores vão construindo no chão da loja. O entrevistado aponta diversos benefícios que a fusão da loja Ponto Frio com a Casas Bahia irá trazer: melhores possibilidades de vendas, plano de saúde e cestas básicas mais baratas.

Entretanto, percebe contradições com esse processo, como a perda de certa autonomia que há na loja Ponto Frio e que nas Casas Bahia não é permitido, por uma “política” de trabalho mais rígida. Também relata suas concepções a respeito de algumas questões pertinentes ao mundo do trabalho, tais como prática da terceirização e a intensificação da jornada de trabalho em lugar de novas contratações.

A todo o momento, percebe-se em sua narrativa como os trabalhadores disputam e pressionam os sentidos e rumos que essas mudanças vão tomando, inclusive de uma forma ambígua e contraditória. Existe uma perda de relativa autonomia dos trabalhadores da loja Ponto Frio ao terem de enfrentar exigências mais rígidas, que seria característica da organização do trabalho da Casas Bahia.

Contudo, a Casas Bahia tem uma logística mais aprimorada de pós-venda⁴⁴, que lhe garante melhores possibilidades comerciais e resolve o problema que o funcionário encontra no seu cotidiano de trabalho, referente às entregas para os clientes.

Devido à estrutura superior à das lojas Ponto Frio, a Casas Bahia cobraria mais dos seus funcionários, porém, essa cobrança estaria mediada a uma melhor remuneração e possibilidades de vendas. Para um trabalhador remunerado pela produtividade, são pontos que pressionam para a construção desse tipo de avaliação. O que fica evidente é a leitura que faz das relações sociais em que está inserido, aponta as contradições e os limites do processo histórico vivido e tenta se articular nessa realidade para angariar melhores condições de vida e trabalho, mesmo sobre condições de maior exploração.

Karen: Então tu acha que assim, que vai acaba sendo positiva a fusão pra vocês?

Daniel: Ah, sim... Mas tipo em algumas coisas sabe... tipo, por exemplo, vai ter um monte de coisa legal, como eu te falei, benefícios, esse negócio do pós-venda, que é um problema pra nós... Mas tipo, ao mesmo tempo sabe, eles cobram bem mais... Tipo não vai ter mais o seu Gercino resolvendo os pepinos, ou que nem eu, sabe... Eu tenho 16 horas pra tira de folga, do banco de horas... Tem horas que eu vejo que não tá bom o negócio, ou que eu tenho que resolver um pepino, sabe... Eu falo assim, seu Gercino, vou ter que resolver uma coisa, vou tirar aquelas horas lá... Se não eu perco, fecho o mês eu perdi e não recebo nada em troca... Não tenho hora extra, a gente do comércio assim, dessas lojas maiores que trabalham com banco de horas, não tem hora extra... Então eu tenho que tira... Mas assim, eu tenho 16 horas, dá dois dias de trabalho praticamente... Eu não vo pode tirar dois dias de trabalho, não posso fica dois dias foras da loja, pesa demais, é alguns mil reais que eu vendo, e que no final do mês vai me fazer falta assim... Mas eu vou dando um jeito de tirar, e o seu Gercino, no que pode ele faz assim... Lá na Bahia não adianta, é quando eles querem o negócio, é muito mais cobrado, sistemático... Como você falou, disciplinado mesmo... Então, essas coisas, vão mudar sabe... Ao mesmo tempo que eles dão mais, eles cobram mais... Sabe, é uma faca de dois gumes mesmo. (SILVA, Daniel da, 2011).

⁴⁴ Pós-venda seria o termo utilizado no comércio que se refere a todo o processo de concretização da venda, desde as considerações de pagamento que a empresa oferece ao cliente, até a entrega e a montagem do produto.

Mais contradições a respeito desse processo são apontadas por Neuza. A trabalhadora pontua que, com essa fusão, forma-se um “monopólio” no setor, sendo que a empresa se valeu do fato de ter-se formado um gigante no mercado varejista como pressão na relação de forças entre trabalho e capital. Nas palavras de Neuza, “você começou a fazer parte do maior grupo da América Latina, o Grupo Pão de Açúcar”, demonstrando o peso que a fusão e o conglomerado formado têm.

Porém, a própria jogada da empresa com a fusão é lida pelos trabalhadores que disputam o sentido com a própria loja. O fato de ter um *mix* de produtos ainda maior com a união dos grupos, uma logística melhor e condições melhores de vendas é visto como meios mais interessantes para o trabalhador no seu dia a dia de trabalho, até de “fazer o seu salário” como é o argumento utilizado pela loja.

No entanto, o trabalhador não está somente imerso na busca desenfreada pela produtividade e não critica também as mudanças em suas relações de trabalho. O trabalhador percebe a intensificação do trabalho na medida em que, em condições iguais de trabalho com a loja Ponto Frio, o esforço individual do vendedor deve ser ainda maior, pois terão os mesmos preços, mercadorias e condições de venda que a loja ao lado. Ou seja, o que definiria a venda seria o bom atendimento do vendedor, pois o cliente vai comprar onde for melhor atendido entre as duas redes.

Karen: Nossa, virou uma máquina...

Neuza: Ixe, virou e monopólio... (risos)

Karen: E verdade... Isso pros funcionários você avalia assim...

Neuza: Pro funcionário, assim, “você começou a fazer parte do maior grupo da América Latina”, o Grupo Pão de Açúcar...

Karen: E você acha que isso traz benefícios?

Neuza: Nossa, muitos benefícios... Vamos supor, a Bahia tinha um *mix* de produtos, de venda, hoje ela tem o *mix* dela, da Ponto Frio, e de outras loja também... Ela quer vender, “poxa, eu queria vender isso, mas só tem na Ponto Frio”, aqui na Bahia nunca tem pra vender, agora tem, o que tem em um depósito tem em outro depósito...

Karen: E pro vendedor isso?

Neuza: Isso é maior possibilidade de venda... Maior possibilidade, maior rapidez...

Karen: Então, por isso que você avalia que a fusão tenha sido...

Neuza: Válida... Muito bom (...)

Karen: E vai mudar o padrão da loja?

Neuza: Não vai ficar tudo igual, pra ele não interessa se ele é cliente da Ponto Frio, ele vai comprar...

Karen: Pra ele o que importa e ter o produto...

Neuza: Isso... É o atendimento, que conta muito... Não adianta eu ter.. Por que agora é assim né, não adianta ter preço... vamos supor aqui, eu tenho aqui uma TV, na Bahia tem a mesma, o pagamento e tudo é o mesmo, onde que o cliente vai comprar, o preço é o mesmo, o pagamento é o mesmo, ele vai compra onde ele foi melhor atendido... Se o preço é o mesmo, o plano é o mesmo, o atendimento vai contar muito, muito...

Karen: Juntando as duas lojas, passa a contar ainda mais o atendimento?

Neuza: Isso... quanto o melhor atendimento, você veio aqui, vou te vender um refrigerador, aí “quanto é esse refrigerador, é R\$ 900,00”, ali é a mesma coisa... o que que vai definir você comprar, o preço é o mesmo, a entrega é a mesma... “que dia você entrega, entrega na terça-feira”, no outro, “que dia você entrega, entrega na terça-feira”, o que vai pesar pra você comprar... com quem você vai comprar, o preço é o mesmo, o plano é o mesmo. (CUNHA, Neuza, 2011).

Além da intensificação da pressão em cima do trabalhador, pois agora a qualidade do atendimento do vendedor ainda é mais decisiva na hora de efetuar a venda, outra questão é o impacto que tem a fusão perante a principal pauta de reivindicação dos trabalhadores comerciários, a abertura do comércio aos finais de semana. Pontua-se essa questão, pois, a união das duas principais varejistas do país pode vir a fortalecer a pressão por jornadas mais longas de trabalho, dado o tamanho e força dos grupos envolvidos.

Mesmo que nenhum dos entrevistados tenha pontuado que a fusão em si seja negativa para os trabalhadores das Casas Bahia e das lojas Ponto Frio, eles observam que a fusão dos dois grupos, ainda mais em Cascavel, cujo o tamanho da cidade tende a reforçar o peso das lojas, tornando-as ainda maior no comércio cascavelense, possibilita o aumento da força na batalha pela abertura do comércio da cidade no domingo.

Como já foi discutido, tanto a Casas Bahia quanto a loja Ponto Frio chegaram a abrir em alguns domingos para sentir qual seria o movimento e o lucro da loja. No entanto, como nem todos os estabelecimentos do comércio cascavelense abriram, e a própria abertura demanda um o alto custo (remuneração dos funcionários,

iluminação, entre outros gastos), as duas lojas não continuaram a abrir no domingo. Hélio, vendedor da Ponto Frio, chama a atenção para essa questão.

Karen: Já está previsto mesmo (abertura aos domingos)?

Hélio: Ah, não... Não é muito comentado, mas a loja tem interesse, já aconteceu este ano de abrir duas vezes pra ver o movimento que dava, pra nós aqui, como não foi muito divulgado, o movimento foi bem fraco, não foi vantajoso apenas...

Karen: Mas só por que não foi vantajoso?

Hélio: Ah, é... Mas, a Bahia já abriu dois domingos por mês... A Riachuelo abre, se não me engano a Pernambucanas abre que tem eletrodomésticos...

Karen: É eu trabalhei na Riachuelo e tinha que trabalhar no domingo...

Hélio: É, pois é... Pra você ir vendo, uma abre, outra abre, assim que começa... E se manda, nós temos que ir trabalhar, não tem né... Só que daí pra mim não é mais vantajosa...

Karen: Tú acha que por exemplo, a Bahia abrindo alguns domingos, com a fusão das duas lojas, se acha que tende a Ponto Frio também abrir?

Hélio: Por enquanto ainda não, mas por que não é vantajoso... Não paga o gasto que eles tem, tem que pagar vale transporte, tem que pagar alimentação pro funcionário... Então por exemplo, não é vantajoso por causa disso...

Karen: Eu pensei que com a fusão isso era mais provável acontecer...

Hélio: Sim, mais é... Mas tem algumas leis ainda né que a Ponto Frio predomina em cima. (RIBEIRO JÚNIOR, Hélio, 2011).

Hélio, trabalhador da loja Ponto Frio, observa que, a partir do momento que uma empresa grande começa a abrir, principalmente quando se trata de concorrentes do mesmo ramo, a tendência é que outras empresas passem a abrir também. Porém, se as duas principais lojas do ramo abrirem, no caso, a Casas Bahia e loja Ponto Frio, elas pressionarão para que as outras empresas como a Colombo e Magazine Luiza abram também, movimentando o comércio como um todo. Para ele, não seria algo imediato, mas as lojas têm, sim, interesse.

Exemplo disso seriam as lojas de departamento na cidade. A Havan abre todos os domingos. A partir do estabelecimento da Havan na cidade, em 2008, a Riachuelo e posteriormente a Pernambucanas também começaram a abrir aos domingos. Sendo que pela abertura das Pernambucanas, a Casas Bahia passou a

avaliar a possibilidade de abrir no mesmo dia, já que a loja é uma concorrente, pois, além de roupas, vende eletrodomésticos e eletrônicos.

A narrativa de Sidnei, trabalhador da Casas Bahia e representante sindical, é interessante no sentido que o mesmo faz uma avaliação da fusão que não houve implicações para os trabalhadores comerciários, mas melhores possibilidades de vendas para os trabalhadores da Casas Bahia e loja Ponto Frio, bem como benefícios para os clientes. Porém, Sidnei também chama atenção para a concorrência desleal com as lojas de menor porte, já que elas não terão condições de concorrer com o novo grupo.

Karen: Entendo... Mas e essa fusão aí das Casas Bahia e Ponto Frio, teve implicação para os funcionários aí?

Sidnei: Não não, normal... Acho que as grandes empresas hoje, a gente já sabe de outras que tão fazendo fusão aí também, lojas de atacadistas e varejistas, por que é tendência do mercado, o grande vai acabar achatando o pequeno... Então, quem se uniu primeiro, quem fez as fusões primeiro, só tem a ganhar, questão de compra, de preço... Assim, o melhor beneficiário que eu tenho a dizer é o cliente, por que as empresas quando se uniram, elas visaram o lucro, elas tem o poder de compra na mão, se eles quiseram comprar a produção de um fabricante, eles compram, o que eles fazem, eles mantêm preço bom, que é o que o cliente quer, e o pequeno vai se obrigar a comprar com distribuidor, com preço maior e lucro vai ser menor... Por que o pequeno não tem condição de competir com uma empresa grande... Vai beneficiar todos os lados, vai beneficiar os empresários, os donos das lojas, o lojista, por que vai ter venda maior, o cliente por ter conseguido melhor preço... Por que hoje o poder de barganha é muito grande, vai vender quem tiver o melhor preço... Já foi o tempo, dizer assim, o atendimento é bastante sim, o atendimento faz parte sim... Mas se o concorrente fizer R\$ 2,00 mais barato, ele vai pegar do mais barato. (DUTRA, Sidnei, 2011).

Paulo Moraes, presidente do Sindicato dos Empregados no Comércio de Cascavel e Região (SINDECCASCAVEL), faz uma avaliação levantando algumas questões a respeito da concentração do poder nas mãos desse grupo e as implicações para o comércio de Cascavel e em geral.

Karen: Pois é né, falando nisso em concentração a Casas Bahia e o Ponto Frio fundiu né... Acho que vai ter um impacto bem grande essa fusão no comércio, né...

Paulo: Ah, sim... Isso é concentração, entendeu, daqui a pouco, se você quiser comprar um freezer, você vai pagar R\$ 5 mil reais por que só a Bahia tem... Você vai pagar R\$ 25,00 num quilo de feijão por que só supermercado "x" que tem... E o pensamento assim, que será que é tão interessante observar o interesse público nesse aspecto?

Karen: É como você falou assim, por exemplo, agora eles são o mesmo grupo, vai influenciar aonde vende móveis, eletrodomésticos abrir no domingo, se as duas maiores abrem, as outras vão abrir também...

Paulo: Pois é... mais de 60% do comércio de Cascavel é de médio e pequeno comércio, e o que acontece... E quem mais emprega é o menor, quanto maior a empresa, mais tecnologia, mais auto-serviço, você vai em determinada loja aí, pega a sacola no braço, vai pro caixa, não tem nenhum vendedor, você vai direto no caixa, a não ser que você chame alguém, troque uma idéia, peça uma sugestão, mas só se você chamar, se tem o número ou a cor "x" ou "y"... Só se chamar, se não você faz sua compra isolado... Ontem mesmo nós estávamos participando da conferencia supermercadista no Centro de Eventos, lá também a automação está tomando conta, a máquina substituindo o funcionário, nós não somos contra ao desenvolvimento, a tecnologia, mas tem que ver o compasso que tu vai fazendo avançar a tecnologia em determinados pontos, mas se não você vai tirar aquelas pessoas do local de trabalho e elas vão pra onde, fazer o que? Foi o que aconteceu no campo, entrou o trator e a ceifa, tirou a gente do campo uns se enfiou na cidade... E aí que formou os sem-terra, daí as pessoas falam "olha lá, os sem-terra, tudo um bando de vagabundo", tem vagabundo no meio, tem claro, como em todo lugar, mas pô... Antigamente, uma fazenda aí de 100 alqueires, tinha aí, várias famílias que trabalhavam pra ele... Mas daí resolveram acabar com tudo aquilo, colocaram a máquina, e esse pessoal vai pra onde? (MORAES, Paulo, 2011).

Paulo faz algumas indicações a respeito das mudanças no mundo do trabalho, como as lojas de departamento que utilizam do sistema de auto serviço, eliminando postos de trabalho. E do possível impacto da formação de gigantes como as Casas Bahia e Grupo Pão de Açúcar, pelo fato de deterem maiores condições, desde a tecnologia, para controlar o mercado e explorar a mão de obra do trabalhador comercial.

Cabe salientar que o entrevistado aponta como uma possibilidade da concentração no setor do comércio com a fusão, o aumento dos preços de determinados produtos pela exclusividade de sua comercialização nas Casas e Ponto Frio. Porém, ao que parece, pelo menos em um primeiro momento, a dinâmica que vem se configurando é a contrária. Um grande grupo, por ter melhores condições, desde a negociação com as fábricas que produzem as mercadorias, consegue preços mais atrativos que a concorrência, a eliminando, pois esta não teria as mesmas condições de competir no mercado. Outro fator que deve ser levado em consideração é a própria característica das Casas Bahia, loja que se consolidou como especialista em vender para os setores da população com menor poder aquisitivo, através de um forte sistema de crediário.⁴⁵ Sendo assim, o impacto em relação à concentração no mercado estaria mais na razão da eliminação da concorrência, por conseguir comercializar os produtos por um preço mais baixo, do que elevar seu preço pela concorrência.

A partir das entrevistas, o que se pode perceber é que em geral os trabalhadores têm noção do conglomerado que se formou no comércio com a fusão das Casas Bahia e Grupo Pão de Açúcar, com forte impacto no mercado, levando em consideração o patamar que a loja alcançou perante a sua concorrência direta (Magazine Luiza, Lojas Colombo, entre outras redes) e, principalmente, sobre o comércio local.

Porém, a fusão não é somente observada como uma “jogada de mestre” da empresa, mas é disputada pelos trabalhadores, no sentido de extrair possibilidades para conseguir melhores condições de vida e trabalho, através de melhores chances de vendas. Os trabalhadores vão se movimentando de acordo com as “regras do jogo”, ou seja, também se impõem diante do processo de trabalho, tentando tirar vantagem deste, mesmo que em uma situação desigual.

⁴⁵ A Casas Bahia ganhou notoriedade internacional por ser “especialista” em vender para estes setores de baixa renda da população, chamando a atenção do pesquisador indiano Coimbatore. Krishnarao Prahalad, doutor em Administração pela Universidade de Harvard, que veio ao Brasil para estudar a forma de comercialização das Casas Bahia voltada para este setor. Ele elaborou a obra *“The Fortune at the bottom of the pyramid”* (A fortuna na base da pirâmide). Informações extraídas de: <<http://institucional.casasbahia.com.br/empresa/empresa/reconhecimento-internacional/>>. Acesso em: 21/05/2012.

No entanto, isso não faz com que eles observem que na correlação de forças nas relações de trabalho, a pressão que une as duas empresas pode trazer implicações negativas, como por exemplo, no caso da abertura do comércio aos domingos.

Ao se debruçar sobre as experiências de vida dos trabalhadores comerciários diante das mudanças em seu processo de trabalho, com a fusão entre as Casas Bahia e loja Ponto Frio – fusão que podemos perceber enquanto tendência presente no capitalismo monopolista –, é possível concordar com Thompson, no sentido de que a experiência humana sobre suas relações de produção, sociais, culturais são manejadas de diversas maneiras.

Os homens e mulheres também retornam como sujeitos, dentro deste termo – não como sujeitos autônomos, “indivíduos livres”, mas como pessoas que experimentam suas situações e relações produtivas determinadas como necessidades e interesses e como antagonismos, e em seguida “tratam” essa experiência em sua *consciência* e sua *cultura* (as duas outras expressões excluídas pela prática teórica) das mais complexas maneiras (sim, “relativamente autônomas”) e em seguida (muitas vezes, mais nem sempre, através das estruturas de classe resultantes) agem, por sua vez, sobre sua situação determinada. (THOMPSON, 1981, p. 225).

Sendo assim, é necessário salientar que os trabalhadores a todo o momento disputam sobre suas relações e sobre a organização do trabalho, nem que esses aspectos não venham a se configurar por horas, em ousados projetos políticos no embate entre capital e trabalho. Inclusive, sujeitam-se a trabalhar arduamente. Mesmo que de forma ambígua, e até contraditória, o que não pode deixar de ser percebido é que, diante dos seus processos de trabalho, os trabalhadores pressionam, atribuem significados, disputam seu tempo no local de trabalho.

Para além de vítimas da mundialização do capital e da reorganização produtiva, mesmo que em situação desigual nesta sociedade classista, o trabalhador vivencia e experimenta seus modos de trabalho e, portanto, não é possível entender uma relação de trabalho, sem a classe trabalhadora em seu fazer-se.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa dissertação procurou discutir as experiências dos trabalhadores comerciários da cidade de Cascavel – PR, diante das mudanças no mundo do trabalho, oriundas do processo de concentração e centralização do capital, características do desenvolvimento do capitalismo em sua fase monopolista, vividos através da fusão das lojas Ponto Frio e Casas Bahia. O objetivo foi discutir as experiências dos trabalhadores comerciários, como significativas e parte constitutiva das experiências vividas pela classe trabalhadora.

Foi procurado ressaltar os significados atribuídos pela categoria aos seus processos de trabalho e também a si próprios, enquanto trabalhadores, e as práticas que elaboram na disputa para melhores condições de vida e trabalho. A tentativa foi de valorizar os embates, disputas e contradições vivenciadas na loja, que indicaram em suas narrativas.

O primeiro objetivo que me propus, ao dialogar com os trabalhadores foi compreender o porquê os mesmos avaliavam positivamente o seu trabalho nas lojas Ponto Frio e principalmente nas Casas Bahia. O caminho que pareceu mais interessante e também coerente foi analisar as trajetórias de vida e trabalho desses trabalhadores. Ressalto a trajetória de “vida”, pois somente a trajetória ocupacional, no sentido de sucessão de trabalhos, não dá conta de explicar as avaliações e o significado que atribuem ao seu trabalho.

A pressão familiar, a experiência com trabalhos ainda mais precários, com remuneração inferior, jornadas mais extensas e estafantes, a necessidade de sobrevivência pelo trabalho e a constante luta por melhores condições de vida, foram elementos indicados pelos trabalhadores.

A partir de suas falas, pude perceber algumas mudanças que o mundo do trabalho vem passando, como por exemplo, o incremento da rotatividade de postos de trabalho, que pareceu poder indicar ao analisar as trajetórias dos trabalhadores mais jovens em comparação com os trabalhadores mais velhos.

Porém, os sentidos e os significados atribuídos ao trabalho não são estáticos, e sim dinâmicos. Da avaliação “positiva” que os trabalhadores atribuíam ao seu trabalho, ao serem estimulados a falar sobre suas expectativas de vida, a maioria

pontuava que não pretendia ficar na loja. Ao projetar seu futuro, grande parte dos trabalhadores, principalmente os mais jovens, têm sonhos que não incluem a loja. Ou seja, essa “positividade” era subordinada a certas condições, como não ter outra possibilidade mais interessante de trabalho, ou limitada até um certo momento, até o momento em que conclua os seus estudos ou não aguentar mais ficar na loja.

Mesmo que avaliem como bom o seu trabalho na loja e que considerem que a empresa proporciona possibilidade de crescimento, os trabalhadores não têm como objetivo de realização profissional o trabalho na loja.

Uma percepção que carece um aprofundamento maior, e que a pesquisa infelizmente não conseguiu dar conta satisfatoriamente, é a questão do sentido que a abertura de um negócio próprio tem para o trabalhador. Um número significativo de trabalhadores se remete ao negócio próprio como um “trabalho pra si”, diferente de ter que trabalhar em outros lugares. O que a pesquisa indicou, é que parece que o vocábulo “trabalho” está diretamente ligado a exploração e apropriação de sua força de trabalho. A tentativa do negócio próprio, por mais contraditória que seja, parece ter o sentido de sair dessa relação de exploração.

Na luta por melhores condições de vida e trabalho, ou até pela necessidade de um posto de trabalho, a solidariedade de classe também se fez presente. Assim como as lojas, os trabalhadores também movimentam sua rede de contatos pessoais, o que possibilitou a alguns funcionários o ingresso nas lojas após obter a indicação de outro trabalhador.

A partir das trajetórias ocupacionais dos trabalhadores, pode-se perceber como a categoria cria referências em base a sua experiência vivida e atribui significados a suas relações e a organização do trabalho. Porém, mesmo que de certa forma legitimem seu processo de trabalho, isso não quer dizer que a lógica do trabalho passe intocável pelo crivo do trabalhador.

O que se pode perceber sobre a avaliação dos trabalhadores e sobre a organização do trabalho na loja Ponto Frio e Casas Bahia, é que os trabalhadores, ao lerem a realidade na qual estão inseridos, enquanto classe que vive do trabalho, apontam as contradições do processo de trabalho, ao mesmo tempo em que tentam tirar vantagem sobre ele.

Por exemplo, o trabalho em base a produtividade é visto como positivo pelos trabalhadores, pois veem nesta forma de remuneração uma possibilidade de uma maior retirada no final do mês. Porém, ao mesmo tempo, percebem que é uma estratégia da empresa para que o trabalhador seja mais produtivo.

Da mesma forma, os trabalhadores elaboram práticas para tirar proveito dessa situação, mesmo que não sejam permitidas pela loja. Exemplo dessa situação é a venda dos serviços financeiros comercializados na loja. Como é muito difícil vender esse tipo de produto, muitas vezes os trabalhadores acabam vendendo para os clientes, mesmo sem explicar corretamente. Essa prática parece ser muito comum, mesmo que só informalmente alguns trabalhadores assumem que tenham feito. As Casas Bahia tiveram que enfatizar nos seu programa de treinamento a questão da “transparência” na hora da venda, pois chegaram a ter reclamações e problemas jurídicos, segundo entrevistado.

O que procurei destacar foi como as práticas utilizadas pela empresa para a exploração de sua força de trabalho são vivenciadas e pressionadas pelos trabalhadores. Muitas vezes a loja precisa retroceder e elaborar novas dinâmicas. Portanto ao pressionar o trabalhador a vender os seguros e cumprir as duas metas, ele se articula nessa relação agindo sobre ela, mesmo tendo que ferir as regras da empresa.

Em relação às concepções sobre a fusão das lojas Ponto Frio e Casas Bahia, os trabalhadores veem horizontes de possibilidades, pois com a união das lojas o aumento do volume de clientes, do *mix* de produtos, significam maiores chances de vendas. O fato de não ter ocorrido nenhuma demissão com a fusão (pelo contrário houve contratações) contribui com essa avaliação, pois houve o surgimento de postos de trabalho.

Inclusive, os funcionários projetam suas próprias expectativas para as mudanças na organização do trabalho. Como a possibilidade de resolver os problemas que enfrentam dentro da loja, como por exemplo, no caso da loja Ponto Frio que apresentava dificuldades de logística no setor de móveis.

Porém, percebem as possíveis implicações que a fusão pode ter no processo de trabalho com o fortalecimento do grupo perante o comércio da cidade. A concorrência com o comércio local, o peso que a união das Casas Bahia e Ponto

Frio, podem significar na luta dos comerciários pela não abertura do comércio no domingo. Alias, a questão da representação sindical na categoria e a luta histórica dos trabalhadores do comércio sobre o trabalho aos finais de semana são caminhos interessantes que podem ser perseguidos por outras pesquisas.

Por mais que em muitos momentos, a falta de dados da empresa para contrapor com as narrativas dos trabalhadores, o pouco tempo do trabalhador comerciário, o que fez com que a maioria das entrevistas fosse realizada no local de trabalho, em pequenas “escapadas” que realizavam (elementos que impuseram alguns limites na pesquisa), a tentativa foi indicar que os trabalhadores não são passivos diante dos seus processos de trabalho.

De primeira impressão, ao se deparar com a avaliação “positiva” que os trabalhadores faziam de suas relações, organização e das mudanças no processo de trabalho com o procedimento de fusão, o que poderia sugerir uma espécie de “adesão” às formas de exploração de trabalho, percebe-se que os trabalhadores se articulam de forma a tirar a vantagem e apontem os limites dessa “positividade”. Ou seja, “jogam” o jogo produtivo enquanto sujeitos, e não como expectadores ou vítimas do capital.

Logo, não existe relação de dominação plena, mas processo histórico permeado da luta de classes, onde trabalho e capital se enfrentam cotidianamente. Mesmo que isso não signifique a elaboração de projetos políticos audaciosos, pelo menos até o momento.

O trabalhador não está passivo diante do seu processo de trabalho e da precarização do trabalho, alias luta a todo momento por melhores condições de vida, seja se qualificando, seja trabalhando muito para conseguir possibilitar para seus filhos melhores oportunidades na vida. Os trabalhadores são conscientes da exploração de sua força de trabalho e, diante dela, mesmo que de forma desigual e até silenciosa, elaboram práticas, atribuem significados, pressionam ou até transformam suas relações de trabalho, de modo a tirar vantagem sobre elas.

Sendo assim, as mudanças no mundo do trabalho nesse processo histórico de concentração e centralização do capital, não podem ser explicadas sem levar em consideração a classe trabalhadora. Portanto, as vertentes da sociologia do trabalho que explicam as reorganizações da produção, considerando o trabalhador como

apêndice do capital, como alguém que cumpre passivamente as determinações sobre seu processo de trabalho, exclui a luta de classes do horizonte histórico.

A questão não passa por atribuir “autonomia” completa para o trabalhador em lógica quase espontaneísta, em que o trabalhador é individualmente capaz de romper com a exploração do trabalho. O que procurei ressaltar na pesquisa, mesmo com limites, foi à interpretação dos trabalhadores sobre as relações sociais que vivem nessa dinâmica desigual e classista, do modo de produção capitalista e as dinâmicas e estratégias que criam diante de situações que não necessariamente controlam. O objetivo foi discutir as experiências dos trabalhadores comerciários e as mudanças no mundo do trabalho, enquanto história dos próprios trabalhadores.

FONTES

Fontes orais

ABREU, Denner de. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 21 de julho de 2011. Trabalha como vendedor na Ponto Frio no setor de móveis. Denner é auxiliar de cozinha há mais de 15 anos, trabalhando em vários lugares do país. A entrevista realizada na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 21min e 31seg).

CAETANO, Samuel. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 28 de junho de 2011. Trabalha na Ponto Frio como vendedor do setor de eletrônicos. Trabalhou nas Casas Bahia na cidade de Curitiba – PR. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 41min e 53seg).

CUNHA, Neuza. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 03 de agosto de 2011. Trabalha a doze anos na loja Ponto Frio, atualmente exerce a função de líder de vendas e sub-gerente. Formou-se em História e está fazendo uma especialização em Ensino de Libras, pretendendo exercer a profissão de professora após sua aposentadoria na loja. Entrevista foi realizada na loja, antes de seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 40min e 29seg).

DUTRA, Sidnei. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 09 de agosto de 2011. Trabalha a mais de oito anos na Casas Bahia como vendedor no setor de eletrodomésticos. Faz parte da diretoria do SINDECCASCAVEL. Entrevista foi realizada em uma lanchonete, durante seu horário de almoço. (Duração da entrevista 25min e 17seg).

GREGO, Jocemir. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 12 de agosto de 2011. Recém contratado como vendedor nas Casas Bahia. Anteriormente

seu ingresso na loja, foi gerente na rede de Lojas Mânica e na BJ Santos. Entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 14min e 55seg).

JUSTINO, Roberson. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 10 de Agosto de 2011. Roberson é encarregado de vendas das Casas Bahia, responsável por toda a região Sul do Brasil. A entrevista foi concedida na loja Ponto Frio, com continuação na Casas Bahia de Cascavel – PR. (Duração da entrevista: 21min 42seg).

LORENZETTI, Erni. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 10 de agosto de 2011. Trabalha nas Casas Bahia no setor de móveis. Trabalhou na loja também como cobrador externo. A entrevista foi concedida na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 31min e 52seg).

MORAES, Paulo. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 21 de setembro de 2011. Paulo é presidente do SINDECCASCVEL, sindicato filiado a UGT. A entrevista foi realizada na sede do sindicato, em Cascavel – PR. (Duração da entrevista: 1h e 04seg).

ORTIZ, Rosângela. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 29 de abril de 2011. Trabalhou nas Casas Bahia três anos como vendedora da linha leve, sendo demitida no início do ano de 2011. A entrevista foi realizada em sua casa. (Duração da entrevista 55min e 13seg).

RIBEIRO JÚNIOR, Hélio. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 03 de agosto de 2011. Trabalha na Ponto Frio como vendedor no setor de eletrônicos a quatro anos. É o único entrevistado que faz um curso superior na área de vendas. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 21min e 51seg).

ROBLES, Mohamed Charneski. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 09 de agosto de 2011. Trabalha na Casas Bahia como vendedor. Foi demitido durante o processo de união entre Oi e Brasil Telecom. Mohamed participou da equipe de treinamento da Casas Bahia durante do processo de fusão com a loja Ponto Frio. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista 36min e 26seg).

SCHUH, Adriano. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 20 de julho de 2011. Adriano é natural do Rio Grande do Sul e trabalha na loja Ponto Frio como vendedor. Exerceu a função de vendedor autônomo por doze anos. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 16min e 53seg).

SILVA, Daniel da. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 22 de junho de 2011, na cidade de Cascavel - PR. Trabalha como vendedor no setor de eletroeletrônico da Ponto Frio. Era funcionário das Lojas Dudony, quando foram compradas pela rede Baú. A entrevista foi realizada durante o horário de almoço. (Duração da entrevista: 49min e 43seg).

SILVA, José (nome fictício). Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 23 de maio de 2011. Funcionário das Casas Bahia há oito anos como vendedor. Trabalha no comércio a mais de 25 anos. A entrevista foi realizada no seu intervalo de trabalho em uma lanchonete próximo a loja. (Duração da entrevista 22min e 34seg).

SILVA, Maria de Fátima. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 15 de agosto de 2011. Recém contratada como vendedora nas Casas Bahia no setor de móveis. Maria de Fátima trabalhou como vendedora temporária na loja Salfer. Entrevista realizada na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 24min e 30seg).

SOUZA, Gisele de. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 27 de junho de 2011. Trabalha no crediário da loja Ponto Frio. Trabalhava anteriormente em um fábrica de confecções. A entrevista foi realizada na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 34min e 13seg).

VENINSKI, Marina. Entrevista concedida a Karen Renata Capelesso, em 15 de agosto de 2011. Marina tem 19 anos e foi recém contratada pelas Casas Bahia. Trabalhava anteriormente como estagiária pelo CIEE na COPEL. Entrevista realizada na loja, durante seu horário de trabalho. (Duração da entrevista: 09min e 17seg).

Fontes virtuais

Sites consultados:

www.casasbahia.com.br

www.grupopaodeacucar.com.br

www.pontofrio.com.br

www.pwc.com.br/br

CANÇADO, Patrícia; FRIEDLANDER, David. Samuel Klein pressiona Pão de Açúcar. <http://economia.estadao.com.br/noticias/not_13759.htm> Acesso em 16/07/2010.

CARVALHO, Denise. O resgate finalmente começou. <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/0981/noticias/o-resgate-finalmente-comecou>> Acesso em: 02/02/2011.

FACHINI, Cláudia. Casas Bahia e Ponto Frio, do Pão de Açúcar oficializam a fusão. <<http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservicos/casas+bahia+e+ponto+frio+d>

o+pao+de+acucar+oficializam+fusao/n1237825135909.html> Acesso em: 02/02/2011.

FACHINI, Cláudia. Lily Safra coloca a venda a Ponto Frio mais uma vez <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,EMI66149-16373,00-lily+safra+coloca+a+venda+ponto+frio+mais+uma+vez.html>> Acesso em: 15/05/2011.

FACHINI, Cláudia. Foco das Novas Casas Bahia será conversão de bandeiras. <<http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservico/foco+da+nova+casas+bahia+sera+conversa+de+lojas+n1237772263426.html>> Acesso em: 13/12/2010.

JULIBONI, Márcio. CADE congela parcialmente a fusão das Casas Bahia e Ponto Frio. <http://exame.abril.com.br/negocios/empresas/noticias/cade-congela-parcialmente-fusao-casas-bahia-ponto-frio-530896?page/=2&slug_name=cade=congela=parcialmente-fusao-casas-bahia-ponto-frio-530896> Acesso em: 17/06/2010.

LETHBRIDGE, Tiago. Casas Bahia e Pão de Açúcar renegociam contrato. <<http://exame.abril.com.br/negocios/empresas/noticias/casas-bahia-pao-acucar-renegociam-contrato-548426>> Acesso em 16/07/2010.

PEREIRA, Vivian. Pão de Açúcar e Casas Bahia concluem acordo de fusão. <economia.estadao.com.br/noticias/not_25739.htm> Acesso em: 02/09/2010.

TERZIAN, Françoise. Novas Casas Bahia aposta R\$ 125 mi em ano desafiador. <<http://site.casasbahia.com.br/noticiasdetalhe.do?cod=2046>> Acesso em: 20/02/2011.

Documentos Oficiais

Ministério da Fazenda – Secretaria de Acompanhamento Econômico. Parecer técnico Ato de Concentração entre as empresas Companhia Brasileira de

Distribuição e Casas Bahia. Disponível em: <www.seae.fazenda.gov.br/parecer-cbd-globex-publico-final/download> Acesso em 05/05/2011.

BRASIL. Consolidação das Leis do Trabalho. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm>

Lista de Tabelas

Tabela 01 – Faixa Etária dos funcionários das Casas Bahia e Ponto Frio.

Tabela 02 – Total de empregos formais no comércio varejista de Cascavel

Tabela 03 – Médias salariais de admissão por ocupações que mais contrataram
(Período: Janeiro de 2011 a Novembro de 2011)

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ALVES, Giovanni. **O novo (e precário) mundo do trabalho: Reestruturação produtiva e crise do sindicalismo**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

ALVES, Giovanni. **Trabalho e mundialização do capital**. Londrina: Editora Práxis, 1999.

ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho: Ensaios sobre a metamorfose e a centralidade do mundo do trabalho**. 2ª Ed. São Paulo: Cortez; Campinas, SP: Ed. Da Universidade de Campinas, 1995.

ANTUNES, Ricardo. **O caracol e sua concha. Ensaios sobre a nova morfologia do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2005.

BEAUD, Stephane & PIALOUX, Jean. **Retorno a condição operária: investigação em fábricas da Peugeot na França**. São Paulo: Boitempo, 2009.

BOSI, Antonio. **Precarização e intensificação do trabalho no Brasil recente**. Cascavel: Edunioeste, 2011.

BOSI, Antonio & VARUSSA, Rinaldo (orgs). **Trabalho e trabalhadores na contemporaneidade: Diálogos historiográficos**. Cascavel, Edunioeste, 2011.

BRAGA, Ruy. **Uma sociologia da condição proletária contemporânea**. In: Tempo Social, revista de sociologia da USP, v. 18, n. 1, p 144-152, junho de 2006.

BRAGA, Ruy. **O trabalho do teleoperador: Infotaylorização e degradação da relação de serviço**. Disponível on-line em: <www.eptic.com.br>.

BRAVERMANN, Harry. **Trabalho e capital monopolista**. 3ª Ed, Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1987.

BURAWOY, Michael. **A transformações do regime fabril no capitalismo avançado**. In: RBGS, Ano 5, n. 13, junho de 1990.

CHESSNAIS, François. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

COGGIOLA, Osvaldo. **O capital contra a História: gênese e estrutura da crise econômica contemporânea**. São Paulo: Editora Xamã, 2002.

DIAS, Edmundo Fernandes. “Reestruturação produtiva”: a forma atual da luta de classes. In: **Outubro, n 1**. São Paulo: Xamã, 1998.

FRANÇA JÚNIOR, Luzimar Barreto. A reestruturação e precarização na grande rede varejista. In: THOMAZ JÚNIOR, Antonio; FRANÇA JÚNIOR, Luzimar Barreto (ORGS). **Geografia e trabalho no século XXI**. Presidente Prudente: Centelha, 2010 (07- 35).

FRANÇA JÚNIOR, LUZIMAR BARRETO. **Trabalho e reestruturação na Rede Carrefour: Uma análise crítica**. 2010. 193 p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Universidade Estadual Paulista.

FONTES, Virgina. **O Brasil e o capital imperialismo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

GRAMSCI, Antônio. “Americanismo e Fordismo”. **Obras Escolhidas**. São Paulo: Martins Fontes, 1978, p 311-339.

KHOURY, Yara Aun. Do mundo do trabalho ao mundo dos trabalhadores: História e historiografia. In: VARUSSA, Rinaldo (org). **Mundo dos trabalhadores, lutas e**

projetos: Temas e perspectivas de uma investigação na historiografia. Cascavel: Edunioeste, 2009.

LÊNIN, Vladimir I. **Imperialismo: fase superior do capitalismo.** São Paulo: Editora Global, 1985.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da Economia Política.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

MASCHIO, Maralice. **Experiências dos trabalhadores das Lojas Pernambucanas no contexto da reestruturação produtiva (1970-2000).** 2008. 229 p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em História. Universidade Estadual do Oeste do Paraná.

PINTO, C. D. **O processo de internacionalização e as estratégias competitivas no varejo: O caso Bompreço.** Monografia (Especialização). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

PORTELLI, Alessandro. Tentando aprender um pouquinho: algumas reflexões sobre ética na história oral. In: **Projeto História.** Revista do Programa de Estudos Pós-graduados em História e do departamento de História da PUC-SP. São Paulo: Educ, 1981.

PORTELLI, Alessandro. A filosofia e os fatos. *Tempo*, Rio de Janeiro, vol. 1, nº. 2, 1996, p. 59-72.

SADER, Eder. **Quando novos personagens entraram em cena: experiências e lutas dos trabalhadores da grande São Paulo 1970-1980.** 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1988.

SALERNO, Mario Sérgio (org). **Relações de serviço. Produção e avaliação.** São Paulo: Editora SENAC, 2001.

THOMPSON, E. P. **A miséria da teoria: ou um planetário de erros.** Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

THOMPSON, E. P. **A formação da classe operária inglesa.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura.** Rio de Janeiro: Zahar, 1979.