

**VII Congresso Latino-Americano de Estudos do Trabalho. O Trabalho no Século XXI.**

**Mudanças, impactos e perspectivas.**

**GT 18 - Psicología Social Del Trabajo En América Latina: Identidades y procesos de subjetivación, salud de los trabajadores, prácticas y producción de sentidos en lo cotidiano.**

**Trabalhar e Viver na Moda: a Influência da Ideologia Neoliberal Sobre a Produção de Sentidos no Cotidiano de Vendedoras Lojistas**

**Autor 1:**

Edvalter Becker Holz.

Filiação Institucional: Aluno do Programa de Pós-Graduação em Administração na Universidade Federal do Espírito Santo – PPGADM UFES.

Titulação: Mestrando em Administração – PPGADM UFES.

**Autor 2:**

Ricardo Roberto Behr.

Filiação Institucional: Professor associado da Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, no programa de Pós-Graduação em Administração – PPGADM e programa de Pós-Graduação (Mestrado Profissional) em Gestão Pública – PPGGP e no curso de Graduação em Administração.

Titulação: Pós-Doutorado em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (CEPEAD/UFMG), Doutorado em Engenharia de Produção e Especialização em Administração Pública pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Mestrado em Estratégia e Organização e Bacharelado em Administração Pública e de Empresas pela Universidade Federal do Paraná (UFPR).

## **Trabalhar e Viver na Moda: a Influência da Ideologia Neoliberal Sobre a Produção de Sentidos no Cotidiano de Vendedoras Lojistas**

### **Resumo**

Trata-se de um estudo de caso com objetivo de compreender a influência das ideologias mercadológicas e neoliberais vivenciadas no cotidiano de trabalho em uma loja de acessórios de moda sobre a produção de sentidos das vendedoras. A questão norteadora foi: como é trabalhar e viver na moda? Foram entrevistadas seis vendedoras com idade entre 20 e 30 anos. Das informações, analisadas pela técnica de Análise de Conteúdo de Bardin, emergiram duas categorias: pressões e prazeres. Os resultados evidenciam que os valores e ideologias mercadológicos e neoliberais são assimilados pelas vendedoras e transportados de sua rotina de trabalho para suas vivências sociais, condutas e modos de ser-estar em sociedade. No caso estudado, esse processo é resultado de pressões percebidas e de prazeres proporcionados na rendição a essas pressões e no processo de identificação com as mercadorias.

Cerca de cinco décadas atrás, os intelectuais da Escola de Frankfurt denunciavam o predomínio da “racionalidade instrumental” como condutor das sociedades industriais, sendo o papel da teoria crítica, desenvolvida por esses intelectuais, o de mostrar como a subjetividade e o desejo de liberdade dos homens são inibidos por estruturas sociais, bradando contra a liquidação do sujeito e da subjetividade em perigo e defendendo a força emancipatória da subjetividade livre (PAULA, 2008). Dentre os frankfurtianos, Herbert Marcuse buscava mostrar a instrumentalização e colonização da natureza e das pessoas pelo conhecimento técnico-científico e o surgimento de um novo obscurantismo – a sociedade unidimensional: uma sociedade sem oposições, de nivelamento e que levava o homem à perda de uma de suas dimensões, a da autonomia e dos valores idealistas e românticos. Na contemporaneidade, a nova configuração social – o globalismo – é analisada pelo filósofo francês Dany-Robert Dufour, que denuncia o processo de dessimbolização provocado pelo modelo econômico neoliberal e o surgimento da uma nova divindade, o Mercado, cujas ideologias têm sido impostas e seguidas como dogmas religiosos.

Posto isso, este estudo faz uma releitura de Marcuse (1969, 1975, 2001) a partir de Dufour (2005, 2008), buscando uma relação de convergência entre as análises de ambos os autores, considerando a diferença espaço-tempo entre elas. São utilizados ainda, como aporte teórico, autores como Bergounioux (2005), Elias (1991), Le Goff (2003), Rouanet (1986) e autores brasileiros, como Faria e Meneghetti (2007), Paula (2008), Szapiro (2005) e Szapiro e Resende (2010). Da análise, o que se evidencia teoricamente é a perda da dimensão crítica, sendo que na sociedade contemporânea a perda dos valores idealistas configura-se também num processo generalizado de desinstitucionalização e dessimbolização. A racionalidade instrumental é revestida pelo neoliberalismo econômico e o Mercado assume o posto de divindade, sendo os indivíduos conduzidos por seus dogmas. Esclarece-se que a palavra “dessimbolização”, neste texto, “designa uma consequência do pragmatismo, do utilitarismo e do ‘realismo’ contemporâneo, que pretende ‘tirar a gordura’ das trocas funcionais, livrando-as da sobrecarga simbólica que pesa sobre elas”, ou seja, um “processo que visa desembaraçar a troca concreta do que a excede ao mesmo tempo que a institui: seu fundamento”, valores culturais e morais singulares (DUFOR, 2005, p. 199, 200).

A perda da dimensão crítica e dos valores idealistas e sua substituição por uma deificação do mercado são um processo amplo e não se pretende aqui atribuí-lo unicamente ao contexto de trabalho. Entretanto, entende-se que este é um aspecto importante na vida social, uma vez que situações de trabalho são também situações de vida. Aqui se entende por trabalho uma articulação sempre singular entre técnica e ação humana, um misto de regras, prescrições, leis e conjuntos de procedimentos e meios, com o investimento nas situações de trabalho, efetuado por indivíduos sempre únicos e singulares, com suas histórias e suas experiências, seus corpos, seus desejos e suas expectativas (SCHWARTZ, 2010a). Assim, para o autor referido, a atividade de trabalho é lugar de apreciações valorativas que ligam o micro da atividade com o macro da vida social, num processo de mão dupla. Isso quer dizer que “as questões da sociedade podem ser lidas no posto de trabalho” (DURAFFOURG; DUC; DURRIVE, 2010, p. 57). Desse modo, “os processos globais, a financeirização da economia, a subcontratação, os processos econômicos, técnicos, resumindo, as revoluções de toda natureza, podem ser lidas – em uma parte essencial – no posto de trabalho” (DURAFFOURG; DUC; DURRIVE, 2010, p. 58). É preciso considerar ainda que toda atividade de trabalho é repleta de normas antecedentes, ou seja, um saber coletivo e disponibilizado que são processos de antecipação do trabalho a realizar (LIMA; BIANCO, 2009), sendo elas construções históricas (BARROS; FONSECA, 2004) importantes porque é a partir delas que ocorre a determinação dos parâmetros necessários para que o trabalho ocorra (SCHWARTZ, 2010b). Portanto, toda e qualquer situação de trabalho é repleta de normas de vida e de encontros de valores nos coletivos de trabalho, logo, se faz história em toda atividade de trabalho (LIMA; BIANCO, 2009, p. 631). Desse modo, a atividade de trabalho é uma inserção do trabalhador no processo de organização social que lhe confere a capacidade de interferir na forma como o mundo é produzido, sendo ele também produto desse processo de mão dupla. Por um lado, quando se realiza um trabalho, parafraseando Godelier (apud REVUZ; NOEL; DURRIVE, 2010, p. 234), “produz-se sociedade”. Por outro lado, como corroboram Machado e outros (2007), o trabalho é criação de atividades e criação de si mesmo no processo dessa criação, criação de si e do trabalho no próprio processo de trabalhar.

Partindo desse aporte teórico, a pesquisa realizada é qualitativa (CHIZOTTI, 1994) do tipo estudo de caso (TRIVIÑOS, 1994). O ambiente dos pesquisados é uma loja de acessórios de moda masculina e feminina de um *shopping center*. A complexidade do fenômeno, ou objeto estudado, é o modo como as práticas de venda, as ideologias e argumentos mercadológicos utilizados pelas vendedoras acabam sendo assimilados por elas mesmas como normas do meio e valores sociais, sendo então incorporados para suas práticas de vida, seus valores pessoais e seu modo de encarar a vida em sociedade. O objetivo foi identificar as ideologias mercadológicas presentes do contexto de trabalho e como elas perpassam os valores e condutas de vida das vendedoras e se expressam em suas crenças e modos de ser-estar na sociedade. A coleta de dados foi feita através de entrevistas semiestruturadas (TRIVIÑOS, 1994). A questão norteadora foi “como é trabalhar e viver no ambiente da moda?”. As informações coletadas foram transcritas e analisadas segundo a técnica de Análise de Conteúdo de Bardin (1977). Os resultados evidenciados foram divididos em duas categorias: **pressões percebidas** e **prazeres sentidos**. A partir dessas categorias foram evidenciadas subcategorias, sendo essas denominadas: **pressões virtuais**; **pressões reais**; **prazeres egoicos**; **prazeres gregários**.

Na categoria **pressões percebidas** é revelado aquilo que as vendedoras identificam e apreendem como sendo pressões que constroem para uma vida centrada na racionalidade instrumental e mercadológica. Essas pressões são provenientes da percepção da aceitação social generalizada de conjuntos de valores e verdades próprias do Mercado e conduzem a uma lógica de aceitação necessária, levando a uma conduta de vida que busca incessantemente adequar-se a esses valores. As **pressões virtuais** são aqui entendidas como aquelas exercidas numa relação “virtualidade-sujeito”, ou seja, uma relação com conteúdos virtuais em suas diversas modalidades (comerciais televisivos, jornais, novelas, filmes, programas televisivos diversos, redes sociais, etc.) e referem-se principalmente a sentimentos como necessidade de adequação ao Mercado e a padrões de beleza e moda. As **pressões reais** dizem respeito aos valores mercadológicos que se difundem em práticas sociais e situações vivenciadas no dia a dia, parecem ser ainda mais fortes do que as pressões virtuais, uma vez que podem ter implicações ou consequências diretas e previsíveis.

Na categoria **prazeres sentidos** emerge a sensação de prazer proporcionada pelo processo de objetificação (MARCUSE, 1969) e pela partilha social do consumismo como estilo de vida. Na subcategoria **prazeres egoicos**, os relatos mostram a sensação de prazer e gozo experimentada na relação com as mercadorias, sendo que as vendedoras se identificam naquilo que vendem (e compram). O gozo e a euforia são reforçados pelo fato de que as pressões são parcialmente satisfeitas. Característica desse gozo é que ele é momentâneo e sempre renovado. Na subcategoria **prazeres gregários** ficaram evidenciados prazeres provenientes da aceitação grupal pelo fato de levar um estilo de vida consumista e ditado pela publicidade, estilo esse partilhado em grupo.

## Referências

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, M. E. B.; FONSECA, T. M. G. Psicologia e processos de trabalho: um outro olhar. **PSICO – Revista da Faculdade de Psicologia da PUC-RS**, Porto Alegre, v. 35, n. 2, p. 133-139, jul./dez. 2004.
- BERGOUNIOUX, P. **De la littérature à la marchandise**. Le Débat, n. 135, mai-août 2005. Disponível em: [http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Revue\\_des\\_revues\\_200\\_1002AE.pdf](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Revue_des_revues_200_1002AE.pdf)>.
- Acesso em: 01 jul. 2012.
- CHIZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 1994.
- DUFOUR, D. R. **A arte de reduzir as cabeças**: sobre a nova servidão na sociedade ultraliberal. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2005.
- \_\_\_\_\_. **O divino mercado**: a revolução cultural liberal. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.
- DURAFFOURG, J.; DUC, M. DURRIVE, L. O trabalho e o ponto de vista da atividade. In: SCHWARTZ, Yves; DURRIVE, Louis. (Org.). **Trabalho & Ergologia**: Conversas sobre a atividade humana. 2. ed. Niterói: EdUFF, 2010. p. 47-82.
- ELIAS, N. **La société des individus**. Paris: Librairie Arthème Fayard: 1991.
- FARIA, J. H. de; MENEGHETTI, F. K. A Organização e a Sociedade Unidimensional: In: FARIA, José Henrique de (Org.). **Análise crítica das teorias e práticas organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2007.

LACAN, Jacques. **Escritos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

LE GOFF, J. P. **La Démocratie post-totalitaire**. Paris: La Découverte, 2003.

LIMA, E. L. N.; BIANCO, M. de F. Análise de situações de trabalho: gestão e usos de si dos trabalhadores de uma empresa do ramo petrolífero. **Cadernos Ebape Br**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, artigo 8, p. 629-648, dez. 2009.

MACHADO, L. et al. Apontamentos sobre o cotidiano de alguns trabalhadores. In: JUNQUILHO, G. S. et al. (Org.). **Tecnologias de gestão e subjetividades**: por uma abordagem multidisciplinar. CRITEOS, 2007. 2 v.

MARCUSE, H. **A Ideologia da Sociedade Industrial**. 5ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1969.

\_\_\_\_\_. **Cultura e psicanálise**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

\_\_\_\_\_. **Eros e civilização**. 6. Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

PAULA, A. P. P. de. **Teoria crítica nas organizações**. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

REVUZ, C. T.; NOEL, C.; DURRIVE, L. O trabalho e o sujeito. In: SCHWARTZ, Yves; DURRIVE, L. (Org.). **Trabalho & Ergologia: Conversas sobre a atividade humana**. 2. ed. Niterói: EdUFF, 2010.

ROUANET, S. P. **As razões do iluminismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

SCHWARTZ, Y. A trama e a urdidura. In: SCHWARTZ, Y.; DURRIVE, L. (Org.). **Trabalho & Ergologia: Conversas sobre a atividade humana**. 2. ed. Niterói: EdUFF, 2010a. p. 103-109.

\_\_\_\_\_. Reflexão em torno de um exemplo de trabalho operário. In: SCHWARTZ, Yves; DURRIVE, Louis. (Org.). **Trabalho & Ergologia: Conversas sobre a atividade humana**. 2. ed. Niterói: EdUFF, 2010b. p. 36-46.

SCHWARTZ, Y; DURRIVE, L. **Proposition de “Vocabulaire Ergologique”**. 2001. Disponível em: <[www.ergologie.com](http://www.ergologie.com)>. Acesso em: 01 jul. 2012.

SZAPIRO A. M. Em tempos de Pós-Modernidade: vivendo a vida saudável e sem paixões. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, ano 5, n. 1, p. 25-37, 2005.

SZAPIRO A. M.; RESENDE, C. M. A. Juventude: etapa da vida ou estilo de vida? **Psicologia & Sociedade**, v. 22, n. 1, p. 43-49, 2010.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1994.