

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.

Os projetos de racionalização das oficinas mecânicas e a nova identidade do mecânico de automóveis

Laura Senna Ferreira

Os projetos de racionalização das oficinas mecânicas e a nova identidade do mecânico de automóveis

O objetivo do presente artigo é analisar as transformações nas trajetórias de trabalho, qualificação e negócios e as novas construções identitárias no segmento das oficinas mecânicas na cidade de Porto Alegre - Rio Grande do Sul a partir, essencialmente, dos anos 1990. Tendo como foco o campo da manutenção e reparação automotiva, discute-se a interdependência entre a esfera da produção e dos serviços, indicando os projetos de “racionalização” das oficinas estimulados por empresários e instituições influentes e os impactos desses nas identidades dos atores envolvidos no ofício. A investigação aborda as estratégias que mecânicos, a partir das suas motivações subjetivas, possibilidades e recursos, constroem em resposta as práticas e discursos institucionais e empresariais que visam a “modernização” das carreiras e empreendimentos no ramo.

Objeto e objetivo

O objetivo do artigo é analisar as transformações nas trajetórias de trabalho, qualificação e negócios e as novas construções identitárias entre os profissionais no segmento das oficinas mecânicas independentes e concessionárias na cidade de Porto Alegre - Rio Grande do Sul a partir, essencialmente, dos anos 1990.

Reconhece-se como premissa que as oficinas mecânicas inserem-se em uma ampla cadeia que envolve montadoras, concessionárias, fábricas e lojas de autopeças e suas respectivas instituições. Tendo como foco o campo da manutenção e reparação automotiva, discute-se a interdependência entre o setor industrial e de serviços, demonstrando as recentes tentativas de “racionalização” da atividade do mecânico e os impactos nas identidades dos atores envolvidos no dia-a-dia do “ofício”.

A investigação aborda as estratégias que mecânicos, a partir das suas motivações subjetivas, possibilidades e recursos, constroem em resposta as práticas e discursos institucionais e empresariais que visam uma padronização e centralização da atividade. Partindo dessa perspectiva, procura-se entender de que maneira esses homens são subjetivamente levados a responder as novas circunstâncias e de que forma resistem, negociam e/ou se beneficiam dessas iniciativas de “racionalização”.

Indica-se que as alterações recentes nos automóveis, resultantes da reestruturação produtiva na indústria automotiva, acentuaram as diferenças entre os conhecimentos, equipamentos e as formas de aprendizagem referentes às atividades de manutenção e reparação veicular, fomentando uma maior diferenciação nos percursos dos atores. Nesse sentido, analisa-se de que maneira tal mudança, ou a impossibilidade objetiva e/ou subjetiva de ação nesse sentido, vem contribuindo para a constituição de outras referências identitárias entre os sujeitos que ocupam o ofício.

Um dos argumentos da análise é que as identidades desses profissionais, construídas a partir de determinadas práticas, qualificação e formas de aprendizagem mais “tradicionais”, veem sendo alteradas pelas novas dinâmicas dadas pela emergência de uma outra configuração produtiva e institucional, que exigem conhecimentos vinculados, por exemplo, ao âmbito da informática e eletrônica, bem como exigem uma nova postura gestorial/empresarial dos sujeitos.

Nesse contexto, o artigo considera o caso no qual a aprendizagem do ofício se dá de maneira mais formalizada, através de instituições de ensino e acesso a diplomas e certificações, e quando remete as formas de engajamento prático de constituição de

saberes tácitos, explorando, a partir dessa referência, as diferentes implicações subjetivas promovidas por tais distintas formas de inserção.

De forma semelhante, o artigo também explora as diferenças, em termos práticos e sujeitos, entre os trabalhadores e/ou proprietários que adotam uma postura tipicamente empreendedora e aqueles que a rejeitam, seja porque não possuem recursos para implementar as mudanças, seja porque preferem e se orgulham da forma que trabalham e organizam suas oficinas/empresas.

Metodologia

A presente investigação, buscando entender os momentos de encontro entre indivíduo e sociedade - estrutura e história - esforça-se para ir além da dicotomia entre o estudo da objetividade e da subjetividade - do geral e particular - considerando que é no entrecruzamento, na travessia entre um e outro momento que se pode desenvolver uma compreensão mais fidedigna da realidade.

Na presente pesquisa, a ênfase nas metodologias qualitativas justifica-se pelas características do campo estudado e pela natureza do problema investigado. No entanto, mesmo privilegiando a análise de micro processos, trata-se “as unidades sociais investigadas como totalidades” (MARTINS, 2007, p.388) representativas. Não se trata de uma representatividade estatística, mas de uma representatividade na medida que, apesar de particular, o grupo e seus indivíduos não são idiossincráticos e o que cada um tem a dizer origina-se e tem implicações que estão para além do indivíduo em si mesmo.

A construção do grupo de interlocutores dessa pesquisa partiu de uma estratégia informada pela técnica de constituição de rede. A partir da formação dessa rede de indicação dos atores (mecânicos, sindicatos e instituições relacionadas), teve-se acesso às entrevistas narrativas (BAUER, 2002) e as buscas etnográficas (CLIFFORD, 2008)¹.

A opção pela narrativa justifica-se porque além de informar sobre situações concretas, expressam visões de mundo e as lições de vida que cada um dos mecânicos-narradores tiram da própria experiência ou da experiência de outros que conhecem

¹ Considerando os anos de 1990 como um marco chave no setor, o recorte geracional foi importante. Procurou-se manter um certo equilíbrio, entrevistando aqueles mecânicos (de oficinas independentes e concessionárias) que estão a mais tempo na atividade, bem como aqueles que ingressaram a partir dos anos 1990. Outro aspecto que mereceu atenção foi o porte do estabelecimento, quando procurou-se manter uma equivalência referente aos diferentes portes de oficina.

(BENJAMIN, 1985), o que também significa dizer que “as narrativas não copiam a realidade do mundo fora delas: elas propõem representações/interpretações particulares do mundo” (BAUER, 2002, p.110).

As entrevistas narrativas foram um momento particular da pesquisa de campo, que também recorreu a diferentes estratégias etnográficas. A etnográfica foi entendida, nessa investigação, como uma atividade “multisubjetiva” (CLIFFORD, 2008, p.36) de leituras possíveis que estão para além da autoridade única do pesquisador. Apesar de reconhecer que a descrição/tradução do ponto de vista do outro foi parcial e limitada, a especificidade, e talvez a virtude, dessa metodologia, é justamente a tentativa de fazê-lo.

Resultados

Nos anos 1990 a indústria automotiva investiu na renovação da frota de automóvel e lançou muitas marcas, modelos e *designers* diferentes. O Brasil acompanhou esse processo de reestruturação e o mercado de consumo foi ampliado na procura por carros novos. A partir desse momento, as transformações da indústria puseram novas demandas em termos de conhecimento e equipamentos para os trabalhadores e proprietários da área da manutenção e reparação veicular, fazendo com que passasse a existir uma diferenciação em termos de formação e recursos envolvendo os que possuem ou não uma trajetória escolar e uma postura/visão empreendedora mais substantiva.

A renovação da frota de veículos e os novos discursos e práticas adotado pelos agentes vinculados ao setor (escolas profissionalizantes, sindicatos empresarias e instituições fomentadoras) no sentido de uma modernização da atividade (tecnologia de diagnóstico, estratégias para aumentar a produtividades, rendimento baseado na produtividade, preocupação com o *layout* da oficina, práticas de controle de qualidade, marketing, ações de responsabilidade social a ambiental etc), tem condicionado uma renovação na ocupação e nas representações dos sujeitos vinculados à reparação veicular, seja essa no sentido de assumir ou no sentido de se opor as investidas racionalizantes.

Num ou noutro caso, os “projetos” de renovação, que até então não haviam efetivamente alcançado as oficinas mecânicas em questão, têm exigido respostas que afetam a psicologia desses profissionais, agora instigados a responder e justificar suas escolhas (GIDDENS, 2002) no sentido de assumir ou não uma postura empreendedora frente ao próprio negócio e carreira.

As identidades desses profissionais, comumente construídas a partir de determinadas práticas, qualificação e formas de aprendizagem mais “tradicionais”, estão

sendo alteradas pelas novas dinâmicas que exigem conhecimentos vinculados ao âmbito da informática e eletrônica (LEITE, 1990), bem como ao âmbito de administração e gestão de negócios, mobilizados, essencialmente, por atores oriundos do ensino técnico ou superior, cujas competências são formalmente autorizadas a lidar com essas abstrações técnicas e administrativas.

Tal questão tem sido fonte de tensão entre os membros do ofício. O fato da maioria dos mecânicos possuírem baixa escolaridade, bem como o fato de que não haviam focado numa gestão pragmática das oficinas, principalmente no caso das mecânicas independentes, é motivo de conflito e faz com que os que ficaram distante dos bancos escolares e formação gestorial tendam a se afirmar pela experiência de engajamento e por uma apologia do esforço prático. Eles se afirmam “no ‘fazer’, através da experiência dos objetos, produtos e procedimentos de trabalho, experiência vivida no corpo, adquirida quase magicamente por fora da formação técnica clássica” (GUIMARÃES, 1990, p.60).

Nesse caso, tem-se que quando a aprendizagem é *in loco*, tende a acontecer que as mudanças sejam vistas pelos trabalhadores como uma “sanção” (DUBAR, 2005). Os novos conhecimentos, que muitas vezes os excluem, colocam em dúvida suas competências. Nesse momento, a sua “identidade” profissional é questionada pela “emergência de uma nova configuração produtiva em um ambiente econômico exacerbado pela concorrência” (DUBAR, 2005, p.280).

Assim, entende-se que as formas mais antigas de ser mecânico estão sendo questionadas. Os agentes encarregados de “civilizar” e “modernizar” a atividades afirmam que o ramo dos serviços de reparação automotiva não tem mais espaço para “amadores”, “curiosos” e “aventureiros”(Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios - SINDIREPA-RS, 2011), pois chegou o momento de “ser empresário” e aproveitar as promissoras oportunidades de negócio no setor.

Nesse sentido, as desigualdades e diferenças que têm se erguido no ramo, tanto em termos de conhecimento como de estrutura das oficinas, colaboram para a construção de um campo de conflito, ao mesmo tempo que de negociação em torno de uma nova representação da subjetividade desses atores. Os mecânicos são confrontados com novas demandas que projetam a eles como empreendedor, quando proprietário, ou como empresário de si mesmo, quando trabalhador. No entanto, a respostas dadas por eles e a compreensão que tem de si mesmo não se ajusta exatamente a nenhuma dessas

idealizações. Enquanto proprietário e/ou trabalhador, definem a si mesmo, sobretudo, como experts em relação aos aspectos técnicos da atividade de reparador automotivo. E entendem, frequentemente, que “fazer o trabalho bem feito”, mais do que os temas da gestão contemporânea de carreiras e negócios, é o que realmente importa. Para a frustração dos “agentes da racionalização”, muitos dos mecânicos não pensam e nem se comportam como empresários, na acepção corrente do termo.

O artigo indica que os propósitos racionalizantes dos agentes envolvidos na atividade esbarram nas representações subjetivas dos mecânicos acerca deles mesmos. A forma que entendem o próprio ofício e o “eu” (GOFFMAN, 1985) que executa é muito mais complexa do que uma simples resposta aos determinantes do mercado de serviços automotivos. Assim, no segmento, as investidas modernizadoras são frequentemente rejeitadas, entre outros aspectos, porque engessam a atividade (GUARESCHI, 1993), procurando controlar tempo, movimentos e ações de uma maneira que não se ajusta a perspectiva da maioria desses sujeitos.

Bibliografia

BAUER, Martin et al. A entrevista narrativa. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: Ensaios sobre literatura e história da cultura**. Obras escolhidas. Volume 1. São Paulo: Brasilense, 1985.

CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

DUBAR, Claude. **A socialização: construção das identidades sociais e profissões**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GUARESCHI, Pedrinho. **A fala do trabalhador**. Petrópolis: Vozes, 1993.

GUIMARÃES, Antônio e AGIER, Michel. Identidades em conflitos: técnicos e peões na petroquímica da Bahia. **RBCS** n13 ano 5 jun. de 1990.

LEITE, Márcia de Paula. **O futuro do trabalho. Novas tecnologias e subjetividade operária**. São Paulo: Editora Página Aberta Ltda., 1990.

MARTINS, Heloísa Helena T. de Souza. O ensino de métodos e técnicas de pesquisa nos cursos de Ciências Sociais. **Cronos**, Natal-RN, V.8, n.2, jul./dez. 2007.