

A PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO E O COMERCIÁRIO DO CARREFOUR.

Luzimar Barreto França Junior¹

luzimarjr@gmail.com

RESUMO – O texto faz parte de pesquisa produzida visando compreender o processo de reestruturação das grandes redes varejistas ocorrido desde a última década do século passado e os seus reflexos no processo de trabalho e junto aos trabalhadores destas redes. Se para a absorção e consumo da produção fordista houve a necessária transformação do comércio de varejo para atendimento das necessidades postas pelo capital, com o aparecimento do supermercado ao mesmo tempo em que a linha de montagem proposta pelo fordismo alcançava sua hegemonia. Com o toyotismo não foi diferente. Para este novo modelo de produção, novamente o setor do comércio varejista teve que experimentar mudanças significativas, ainda que tardiamente. As diversas transformações ocorridas no setor do comércio varejista levaram a um intenso processo de precarização e intensificação do trabalho. Fenômenos já verificados em outros setores, tais como a reestruturação capitalista, a precarização das condições de trabalho, monopolização/oligopolização, a desindustrialização, entre outros, ganham novos contornos quando relacionados ao universo dos trabalhadores comerciários das grandes redes varejistas (Carrefour).

Palavras-chave: reestruturação varejista, comerciários, precarização, hipermercado.

ABSTRACT – The text is part of research produced aiming at to understand the process of restructuring of the great retail chains occurred since the last decade of last century and its consequences in the working process and with the workers of these chains. If for the absorption and consumption of the fordist production it had the necessary the transformation of the retail commerce for attendance of the necessities posed by capital, with the appearance of the supermarket at the same time the assembly line proposed by Fordism reached its hegemony. With the Toyotism was no different. For this new model of production, again the retail had to experience changes, despite delayed. The various changes occurring in the retail sector had taken to an intense process of precarization and intensification of the work. Phenomena already observed in other sectors, such as capitalist restructuring, the precariousness of working conditions, monopoly / oligopoly, among others, gain new contours related to the universe of workers trading, leading retailers (Carrefour).

Keywords: restructuring retail, commercial employees, precariousness, hypermarket.

¹ Graduado em Direito pela FDPP/ITE. Especialista em Direito e Processo do Trabalho pela PUC/MG. Mestrando em Ciências Sociais pelo PPGCS/FFC/UNESP – Marília. Pesquisador do CEGeT – Centro de Estudos de Geografia do Trabalho

No setor do comércio, o movimento de emprego e desemprego tem vinculação direta às políticas conjunturais e de estabilização econômica havidas no país a partir do último quarto do século passado. É fato que uma das possibilidades dada aos trabalhadores urbanos desempregados e sem possibilidade de retorno ao setor industrial é a busca por novas colocações junto ao setor terciário (comércio e serviços). Esta transferência de postos de trabalho da indústria para o comércio leva ao rebaixamento do estatuto salarial dos trabalhadores, além disso, contribui para o incremento do trabalho por conta própria e do trabalho informal.

É característica própria deste setor a presença de trabalhadores informais e de micros e pequenos negociantes formais que ainda são responsáveis pela grande parcela dos negócios ocorridos que, na maioria dos casos, desenvolvem os seus negócios ainda dentro do âmbito familiar. Para estas modalidades de comércio, os índices revelam um crescimento relevante de ocupação de mão de obra ao longo das duas décadas finais do século passado.

Por sua vez, quando nos detemos ao que vem ocorrendo junto às redes de super e hipermercados percebemos que apesar da expansão dos negócios, aumento do faturamento e da implantação de novos estabelecimentos comerciais, os níveis de emprego não aumentam no mesmo ritmo, pelo contrário. O predomínio de novas

práticas organizacionais impregnadas de forte influência do modelo japonês de produção vem alterando de forma abrupta todo este setor e as suas práticas trabalhistas.

Esta reestruturação varejista não refletiu apenas no número de trabalhadores ocupados pelo setor, mas também fez diminuir a qualidade do emprego criado, retraiu o padrão salarial dos comerciários e, enfim, repetiu de forma acentuada o processo de precarização que já ocorria em outros setores da economia.

Ao adentrarmos o mundo dos comerciários do Carrefour; ao ouvir destas pessoas suas queixas e indagações a respeito de seus trabalhos; ao tomar conhecimento dos fatos ocorridos tanto no âmbito do poder judiciário quanto na esfera sindical, pudemos então perceber as diversas formas em que se apresentam as evidências da precarização e intensa exploração a que estão submetidas estas pessoas.

Estes signos da precarização por nós apreendidos, muitas vezes não são sequer percebidos pelos trabalhadores que ali estão imersos em uma realidade de trabalho já contingenciada. Em algumas entrevistas, onde foi dito sobre os problemas de exploração e intensificação do ritmo de trabalho na loja, pudemos perceber que os trabalhadores separam a figura da empresa com a dos seus gestores e gerentes, chegando mesmo a afirmar que “o Carrefour

é uma empresa séria, boa, porém, o problema são os seus gerentes”.

Com a dominação dos trabalhadores pelo discurso e ideário da rede, este trabalhador passa a estar ajustado à cadência e interesses do capital, passando mesmo a realizar a defesa da própria rede que tanto lhes explora. O Carrefour é visto como um ótimo empregador, o problema são seus funcionários da área gerencial, que não agem da forma como anunciado nos manuais. A partir dos fenômenos da reestruturação já descritos e das demais informações obtidas, vejamos as repercussões para os trabalhadores vinculados a rede hipermercadista.

1 MAIS TEMPO DE TRABALHO

São duas as estratégias principais que o capitalista tem a sua disposição para incrementar a sua taxa de mais-valia. Ou prolonga-se a jornada de trabalho (mais-valia absoluta) ou aumenta a intensidade do trabalho (mais-valia relativa). A vantagem econômica do capitalista realiza-se na inversa proporção do tempo necessário para a realização do trabalho necessário. Ou seja, quanto menos tempo necessário para o trabalhador remunerar a si próprio,

mais tempo terá para produzir o excedente para o capitalista gerando o lucro.

Na tentativa de reger esta situação, fixou a legislação trabalhista que a jornada diária normal de trabalho não poderá exceder regra geral, em 8 horas². Somente quando contratada as horas extras em instrumento coletivo é que pode ser exigido o sobre-trabalho. A razão para esta limitação repousa nos próprios limites orgânicos e psíquicos do trabalhador.

Por suas características, a duração do tempo de trabalho dos empregados comerciários tem sido, ao longo dos anos, mais extensa do que as jornadas encontradas nos demais setores. A rigor, tal constatação não se justificaria, uma vez que a atividade comercial não é tida como essencial

nem mesmo, está entre aqueles que devem estar a disposição pelas 24 horas do dia. Entretanto há uma confusão que já se tornou generalizada, a de que a jornada de trabalho do trabalhador do comércio deve acompanhar o tempo de abertura do estabelecimento comercial.

² Art. 7º, CF - São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social XIII - duração do trabalho normal não superior a oito horas diárias e quarenta e quatro semanais, facultada a compensação de horários e a redução da jornada, mediante acordo ou convenção coletiva de trabalho;

Se por si só a jornada normal de 8 horas regulada na CLT, mostra-se cansativa aos trabalhadores, o que dirá as exigência de trabalho além do especificado pela legislação, inclusive, com a utilização de expedientes ilícitos, conforme apurado em entrevistas.

Uma destas ilicitudes do Carrefour foi, inclusive, reconhecida por decisão judicial transitada em julgada do 15º Tribunal Regional do Trabalho. No acórdão tirado do processo de n.º 206.2004.115.15.00.7 o Tribunal reconheceu a fraude praticada nos cartões de ponto do Carrefour:

**Processo TRT/15ª Região n.º:
206.2004.115.15.00.7**

DAS HORAS EXTRAS

Assiste razão parcialmente ao reclamante. Conquanto a reclamada tenha acostado os controles de ponto do reclamante (fls. 141/190 e 382/405), nos quais verificamos apontamentos de horas extras, com variação significativa de horários da saída; não se constata a mesma acuidade no horário de entrada, sobressaindo praticamente registros britânicos (7:50). Com isso, sopesando a prova oral coligida às fls. 339/349 e 425/430, vejo que os testigos foram uníssonos em confirmar que o reclamante era incumbido de abrir a loja diariamente, por volta das 7h, ou antes. Assim, tem-se que o horário de entrada consignado não corresponde com a realidade, bem como havia trabalho em dia de balanço, sem o devido apontamento. (sic)

Porém, mesmo que agindo dentro da norma legal, obedecendo ao regramento a respeito do sobretrabalho, o Carrefour, por meio de convenção coletiva, consegue diminuir os gastos relativos a esta hora

acima do legal. Quando foi publicada em 1945, a CLT previa o adicional de hora extra no importe de 20% (§ 1.º, art. 59). Em 1988 a Constituição Federal aumentou o valor deste adicional para 50% (no mínimo).

Tenta a lei impor limites à exploração do trabalho humano, criando marcos de duração da jornada de trabalho e disciplinando eventual exigência de sobretrabalho. Todavia, estas normas limitadoras da exploração não são absolutas, sucumbindo diante da possibilidade de “*negociação*” entre o capital e o sindicato representante dos trabalhadores.

Nesta toada, a Convenção Coletiva que rege a categoria dos comerciários de Presidente Prudente, em 1999, previa o adicional de horas extraordinárias como sendo de 100%. A Convenção de 2000, por sua vez, previu que as duas primeiras horas extraordinárias seriam acrescidas de 60%, as demais, 100%. A partir de então, após o comerciário laborar por 8 horas normais e mais 2 extraordinárias (recebendo acréscimo nestas duas horas de 60%), somente a partir da 11ª hora trabalhada, é que o adicional seria então, de 100%. Já na Convenção de 2001, os sindicatos acordaram uma cláusula de “compensação de horário de trabalho”, instituindo o banco de horas junto ao comércio. A partir de então, as horas extras prestadas pelo empregado são remuneradas em seu valor

normal, livre de qualquer adicional, porém, tais horas serão compensadas com folgas na data que melhor aprouver ao empregador. Assim o trabalhador que nas épocas de festejos natalinos foi obrigado a prestar até 4 horas extras, em qualquer época do ano (a gosto do empregador), poderá tirar tais horas como folga.

É certo que tal mecanismo de “banco de horas” não resolve o problema do esgotamento do trabalhador na época em que mais foi exigido de seu empregador, pelo contrário, a recompensa pelo trabalho extraordinário – a folga – somente é paga em épocas de baixa no movimento das empresas.

O Carrefour utiliza o banco de horas facultado na lei designando-o de PLANEX. Com o PLANEX a rede cuida rigorosamente dos créditos de folga de seus trabalhadores para que não tenha que pagar de forma diferenciada pela hora extra prestada. No PLANEX a responsabilidade quanto a realização de horas extras, passa a ser compartilhada com o próprio trabalhador.

2 O TRABALHO AOS DOMINGOS E FERIADOS

Se a jornada de trabalho do comerciário já é, historicamente, superior à média dos demais trabalhadores, torna-se mais relevante a questão da autorização

para a abertura do comércio aos domingos, ampliando-se então, de forma absurda, a jornada de trabalho.

Chama-nos a atenção o fato de que em todas as Convenções analisadas (desde 1999), quando o assunto tratado se refere ao trabalho em domingos e/ou datas festivas, regulando dias permitidos e horários, faz-se expressa menção de que tais regras não se aplicam aos Shoppings Center, Hipermercados e Supermercados, todavia, sem maior detalhamento de quais as regras aplicáveis a estes casos.

A autorização legal para a abertura do comércio aos domingos e feriados, deu-se, formalmente, com a edição da Lei 10.101 de 19 de dezembro de 2000³. A mesma lei regula a participação dos trabalhadores nos lucros e resultados (PLR) da empresa, muito embora nessa parte, a lei não tenha “pegado” como na parte em que permite o trabalho nos domingos e feriados. Há de se ressaltar que não há evidência alguma de que a abertura dos hipermercados e outros estabelecimentos aos domingos e feriados tenham implicado no aumento das vagas de trabalho.

³ Art. 6º, Lei 10.101/2000. Fica autorizado o trabalho aos domingos nas atividades do comércio em geral, observada a legislação municipal, nos termos do art. 30, inciso I, da Constituição. Parágrafo único. O repouso semanal remunerado deverá coincidir, pelo menos uma vez no período máximo de três semanas, com o domingo, respeitadas as demais normas de proteção ao trabalho e outras a serem estipuladas em negociação coletiva.

A autorização de abertura do comércio aos domingos e feriados fica então sujeita a existência de autorização municipal para tanto. E no caso do município de Presidente Prudente, desde 1993 há decreto autorizando tal funcionamento. Merece transcrição o decreto municipal autorizativo e a sua exposição de motivos:

DECRETO N.º 8.126/93, de 4 de janeiro de 1993.

Dispõe sobre a abertura do comércio aos domingos.

AGRIPINO DE OLIVEIRA LIMA FILHO, Prefeito Municipal de Presidente Prudente, no uso de suas atribuições legais e de conformidade com o que dispõem o inciso XXIX do art. 9.º da Lei Orgânica do Município de Presidente Prudente, o inciso I do art. 30 da Constituição Federal, bem como o Decreto Federal n.º 96.467 de 20 de agosto de 1990,

CONSIDERANDO que, em virtude do atual quadro recessivo de nossa economia, o País atravessa um período difícil e vive um momento de crise que afeta principalmente o comércio;

CONSIDERANDO que a abertura do comércio varejista pode, de alguma forma, colaborar para a recomposição das perdas, aumentando consumo de bens e, por via de conseqüência, o faturamento das empresas,

DECRETA:

Artigo 1.º - Fica liberado o horário de abertura e fechamento e facultado o funcionamento aos domingos do comércio varejista em geral, respeitadas as normas de proteção do trabalho.

Artigo 2.- Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Não poderia ter sido mais direto o Decreto na explicitação de qual lado está a Prefeitura no tocante a estes assuntos, se do capitalista ou se do trabalhador.

Este é sem dúvida um dos mais importantes problemas que atingem ao comerciário dos hipermercados. Isto porque, certamente, não haveria eles de contar com o apoio da sociedade em geral acostumada a mais de uma década a freqüentar shopping centers e hipermercados aos domingos e feriados.

Pelo que se sabe, não há uma negociação prévia entre o Sindicato dos comerciários e o Carrefour com relação a abertura nestes dias, transformando assim, domingo e feriados em dias comuns, inclusive, sem qualquer acréscimo na remuneração pelo trabalho prestado nestes dias. Antes da promulgação e regulamentação da referida lei, o Carrefour utilizava-se de expedientes judiciais para garantir o funcionamento aos domingos e feriados, inclusive, ajuizando ações em face da Delegacia Regional de Trabalho para impedi-la de fiscalizar a empresa nestes dias.

Contam-se apenas duas hipóteses de fechamento do hipermercado: o dia 25 de dezembro (natal) e o dia 1.º de janeiro (ano novo), no restante do ano, em todos os dias o Carrefour está com suas portas abertas com expediente normal das 08:00 às 22:00, às vezes, o expediente comercial se prolonga até às 24:00 ou além disso, em vésperas de grandes feriados (dia das mães, páscoa, natal, réveillon, etc).

3 SALÁRIO, BÔNUS E INTENSIFICAÇÃO DO TRABALHO

Mandel (1978, p. 69) explica que “o salário é o preço de mercado da força de trabalho. Como todos os preços de mercado, flutua à volta do valor da mercadoria em causa. As flutuações do salário são particularmente determinadas pelas flutuações do exército de reserva industrial, ou seja o desemprego,...”.

Nas palavras do pensador marxista, haveria então a possibilidade de flutuação dos níveis salariais – para cima e para baixo – dependendo da oferta de trabalhadores. É certa tal fórmula. Os exemplos dos países europeus no pós-guerra são contundentes. Com a diminuição da oferta de trabalhadores houve, por evidente, o aumento dos salários pagos.

Todavia, a quadra que se vive é a do desemprego crônico, não do tipo conjuntural, mas sim estrutural. E tal fato leva ao óbvio achatamento dos salários. Antes trabalhar e ser um explorado e precarizado por pouco, do que estar desempregado. A reclamação quanto aos níveis de intensificação e salariais dos trabalhadores comerciários é recorrente.

Em pesquisa quantitativa realizada junto aos trabalhadores comerciários do Distrito Federal, restou claro o processo de intensificação experimentado por estes

trabalhadores (ROSSO, 2008, p. 170)⁴.

Conforme o quadro síntese abaixo:

Pergunta	Resposta
Comparando com a época em que começou a trabalhar, você avalia que o seu trabalho é mais intenso, menos intenso, igual	Mais = 46%
Hoje você trabalha mais horas ou menos horas do que quando começou a trabalhar	Mais = 28%
O seu trabalho reúne atividades que antes eram exercidas por mais de uma pessoa	Sim = 44%
A empresa exige de você polivalência, versatilidade e flexibilidade	Sim = 86%
O ritmo e a velocidade do seu trabalho hoje são maiores do que anteriormente	Sim = 68%
A administração da empresa cobra mais resultados do trabalho hoje do que anteriormente	Sim = 78%

Fonte: Rosso (2008).

A percepção dos trabalhadores do Distrito Federal quanto à intensificação de seus trabalhos, é a mesma dos trabalhadores do Carrefour de Presidente Prudente, conforme se apurou das entrevistas. A ex-operadora de caixa Ilma, relatou que: “o trabalho [hoje] é muito maior do que quando comecei. Antes tinha os guardinhas pra ensacolar as compras, hoje é nós que fazemos tudo e limpamos os caixas também.”

Os baixos valores dos salários pagos aos seus trabalhadores possibilitam outra oportunidade de intensificação do trabalho ao aumentar o ritmo de trabalho dos

⁴ Na pesquisa realizada por Rosso, foram realizadas 50 entrevistas com trabalhadores de super e hipermercados do Distrito Federal, entre os anos de 2000-2002.

comerciários através dos esquemas de premiação e recompensa pelo atingimento de metas e volume de vendas nas lojas. O temor pela perda do emprego, pelo fracasso perante o seu superior, e ainda, a oportunidade de aumentar seu rendimento salarial, impulsiona o trabalhador a intensificar o seu ritmo de trabalho. O comerciário se dá, de corpo e mente, pela e para o hipermercado.

Na realidade, este esquema de premiação/bonificação diante de melhores resultados para a rede Carrefour repete uma sistemática largamente utilizada nas linhas de produção de base toyotista. As vantagens para a rede são evidentes. Além de aumento do faturamento e ritmo do trabalho, o clima de competição criado (e acirrado) dentro da rede, serve como fator de desagregação entre os trabalhadores, uma vez que a obtenção do prêmio (vantagem econômica) depende de um resultado global, com isso, os trabalhadores passam a ser fiscais de si e de seus companheiros, subvertendo assim, os papéis e as hierarquias.

Num dos relatos dos entrevistados, apurou-se a existência do PEX que é um programa de premiação por resultados, onde são distribuídos quantias em dinheiro aos trabalhadores da loja que alcançar os

índices de meta e produtividade relacionados pela gerência da rede. A distribuição deste prêmio depende da assiduidade e engajamento de todos os setores e trabalhadores da loja. Um dos comerciários entrevistados assim explicou a sistemática do PEX:

“O PEX seria o Plano de Excelência, a participação nos lucros, no começo do ano você recebe.

(...)

É assim, os funcionários ganham conforme a, o andar da loja, então tem vários fatores: o cinco passos que influenciam, o cliente – X, então quanto mais perto do 100% tiver, maior o valor.

Todos ganham independentemente. É uma participação de lucros só que ao mesmo tempo eu não considero, porque uma participação de lucros para mim seria um valor exato, um valor x”.

O temor pela perda do emprego, pelo fracasso perante o seu superior, e ainda, a oportunidade de aumentar seu rendimento salarial, impulsiona o trabalhador a intensificar o seu ritmo de trabalho. O comerciário se dá, de corpo e mente, pela e para o hipermercado.

Pelo apurado, o Carrefour utiliza os recursos destinados a divisão dos lucros e resultados (PLR), como uma forma de aumentar a intensidade do trabalho, ao mesmo tempo em que cria acirramentos entre os trabalhadores que não conseguem cumprir as metas estabelecidas.

Mas também há premiações pela atuação individual do comerciário do Carrefour. Todavia, neste caso, a premiação não passa de um *bottom* indicativo do prêmio, bem como, a afixação do retrato do comerciário em um quadro de honrarias. E este prêmio em específico, é atribuído por um funcionário

secreto da rede, que percorre as lojas do Carrefour identificando os melhores comerciários.

Há outros esquemas de premiação para os operadores de caixa, todavia, estes outros esquemas são patrocinados e mantidos pelas fabricantes que vendem seus produtos no Carrefour. Um destes sistemas premia o operador de caixa que mais recargas de celular fez para determinada operadora. O prêmio, distribuído pela própria operadora de telefonia, consiste, por óbvio, num aparelho de celular.

Outros exemplos ocorrem nas chamadas operações de “vendas por impulso”, quando junto aos *check outs*, ficam disponíveis produtos em oferta, para serem oferecidos aos clientes no momento em que a compra é passada no caixa. Os prêmios nestes casos, também são oferecidos diretamente pelas fabricantes dos produtos oferecidos e vendidos nos caixas.

Todas as chances de aumento do salário e renda dos trabalhadores passam, inexoravelmente, pelo aumento do faturamento da renda do hipermercado. Não há nenhum movimento contrário ou questionador desta lógica, uma vez que isto é visto como um “incentivo”, uma “benesse” ao trabalhador.

4 TERCEIRIZAÇÃO NO CARREFOUR

Uma das estratégias encontradas no Hipermercado Carrefour para a redução de seus custos operacionais é a utilização de terceirizados (*outsourcing*) em diversas áreas dentro da empresa. E não só com relação as atividade-meio, também nas atividades-fim, os terceirizados estão (ou já estiveram) presentes na loja.

Terceirizar uma “atividade-meio” significa repassar a outra empresa, uma tarefa que se prestar a dar condições para que os objetivos principais da empresa tomadora de serviços sejam atingidos. No caso do Carrefour, atividade-meio seria toda atividade que não se ajustaria a finalidade principal da empresa que é o ato de comerciar. Neste sentido, seria então atividade-meio do hipermercado a tarefa das faxineiras, dos seguranças, dos porteiros e manobristas, etc. Neste tipo de serviço, há possibilidade legal de contratação de terceirizados.

Por sua vez, em se tratando de atividades-fim, aquelas que se confundem com a própria finalidade social da empresa. Como seriam o caso dos operadores de caixa, vendedores, promotores de venda, repositores, etc. Nesta situação, está o Carrefour impedido de contratar agentes terceirizados.

Não há dados precisos sobre o número e as funções desempenhadas pelos

terceirizados, todavia, tem-se o conhecimento de que por muitos anos, o Carrefour terceirizava inclusive a linha de caixa, com trabalhadores recrutados e contratados por prestadores de serviços. Há, porém, informações divulgadas pelo Tribunal Superior do Trabalho (instância máxima a respeito das lides trabalhistas) dando conta da existência de terceirização ilícita havida em lojas da rede Carrefour. No processo de n.º TST-AIRR-14541/2004-010-09-40.0, o judiciário trabalhista reconheceu a ocorrência não só de um processo de terceirização, mas sim, de uma típica quarteirização:

PROC. Nº TST-AIRR-14541/2004-010-09-40.0, decisão de 17/06/2009.

A Corte Regional tendo em vista a constatação de terceirização irregular de atividade-meio da tomadora de serviços, reconhecem que a reclamante era sua empregada.

Nas razões do recurso de revista, fls. 309, a empresa pretendeu a desconstituição do reconhecimento do vínculo de emprego, porque a autora não preencheria os requisitos do art. 3º da CLT, em especial citam a personalidade e subordinação. Destacou também que a atividade da reclamante não se ligava à atividade principal da empresa, dentro do que se estabelece como atividade fim. Por fim, alegou que a terceirização é legal, sendo a reclamante contratada nesta modalidade de emprego, não estando subordinada aos comandos da terceira reclamada e não havendo subordinação direta com a tomadora dos serviços. Apontaram violação dos arts. 5º, II, LIV e LV, da Carta Magna, 3º, 577 e 611 da CLT.

No entanto, as premissas fáticas delineadas no acórdão regional deixaram clara a existência de vínculo de emprego com a tomadora dos serviços BELOCAP, bem como a existência de contraprestação de pessoal interposta, visto que a autora

(promotora de vendas) fora contratada, por meio das reclamadas Marketing e New Momentum, para trabalhar, incrementando as vendas da 3ª ré - BELOCAP, inserida na atividade fim da tomadora. [sic]

É facilmente percebida a existência de trabalhadores terceirizados tomando conta do estacionamento da loja controlando o acesso e saída dos veículos, atuando como manobrista, recolhendo carrinhos espalhados pelo pátio do estacionamento. Há terceirizados na manutenção e na limpeza. Também há trabalhadores terceirizados pela *Gran Sapore BR* que atuam no refeitório da Carrefour. Os trabalhadores que atuam no centro automotivo na loja do Carrefour, trocando óleo lubrificante, instalando os pneus e equipamentos automotivos comprados na loja, são também terceirizados. Dentro da loja, ao longo das prateleiras, existem promotores de vendas terceirizados, a maior parte deles contratados sob as expensas das fábricas dos produtos promovidos.

Em dias de alto movimento – dia de saldão e dia de visita, a loja contrata trabalhadores terceirizados ou parciais para atender a demanda destes dias. O balanço do estoque, que a anos atrás era feito por funcionários da loja, hoje é entregue a uma empresa terceirizada. Da mesma forma, são terceirizados os pesquisadores de preço que percorrem os estabelecimentos da concorrência, levantando preços,

promoções e análises do mercado. Assim, resta claro concluir que esta estratégia está arraigada no cotidiano do hipermercado Carrefour.

Para a rede, a contratação através da terceirização permite aumentar os seus ganhos de lucratividade, haja vista que as despesas resultantes de uma contratação deste tipo são, por regra, menores do que a contratação do trabalhador através de contrato de trabalho típico. Além disso, a presença de terceirizados na loja acaba por atingir a própria capacidade de resistência e organização dos comerciários, fragmentando a categoria e assim, impondo grandes dificuldades para a organização coletiva e sindical destes trabalhadores.

5 A SAÚDE DO TRABALHADOR DO CARREFOUR

Talvez umas das mais marcantes notas da sociedade do capital dos últimos anos seja a sua grandiosa capacidade em esgotar a saúde de seus trabalhadores. O trabalhador está, em geral, adoentado. Não só fisicamente, mas mentalmente e emocionalmente adoentado. E não poderia ser diferente para os trabalhadores do Carrefour. É evidente a alta incidência de casos de afastamento por Lesão por Esforço Repetitivo (LER) e por casos de

estresse ligadas à organização e ao intenso ritmo de trabalho.

Muito embora nota-se que a empresa venha cumprindo com sua obrigação básica de fornecimento de EPIs, em grande medida, após ter sido condenada judicialmente pela falta de oferecimento de tais equipamentos. No acórdão lavrado pelo TRT/15.^a Região, sob o n.º 28.849/2001-ROS restou reconhecido:

Processo TRT/15ª Região nº: 028849/2001-ROS-0

Adicional de insalubridade e honorários periciais

O sr. perito judicial dissera, em seu laudo, que o autor sofria agressão decorrente de sobrecarga térmica porque adentrava a câmara fria com frequência e que para a eliminação da agressão se fazia necessário a utilização de certos EPIs, como blusão com capuz, calça térmica, toca, uniforme, meióes, bota de borracha e avental plástico.

Ocorre que ao *expert* não foram mostrados os comprovantes de entrega dos EPIs, e tampouco consta dos autos que o autor recebera qualquer um deles.

Ou seja, o local de trabalho era insalubre e a ré não demonstrou, quando seu era o ônus da prova, que o autor tivesse recebido e usado os equipamentos mencionados. Isto porque, prova oral em tal sentido não produzira e sequer demonstrou, documentalmente, que o autor tivesse recebido os EPIs mencionados pelo perito judicial. [*sic*]

Mas os males que afligem a saúde do trabalhador do Carrefour nem sempre são anulado como uso dos EPIs. Trabalhar longas jornadas dentro de um ambiente artificialmente mantido (ventilação, temperatura e iluminação), submetidos a pressões por resultados e evitamento de

falhas/erros, muitas vezes, utilizando-se de equipamentos em não tão boas condições, e ainda, tendo seu direito ao descanso intrajornada freqüentemente violado⁵. Sobre o descanso intrajornada, por absoluta falta de opção, os trabalhadores do Carrefour tem a disposição apenas uma sala, dentro da própria loja, encravada no sub-solo para a realização do tal descanso.

Uma das queixas recorrentes dos trabalhadores do hipermercado é a ocorrência de LER/DORT que tem aumentado consideravelmente nos últimos anos. A automação havida na loja, longe de significar uma melhora nas condições de saúde do comerciário, servira apenas para intensificar o ritmo de trabalho. Neste contexto, as medidas preventivas tomadas pelo Carrefour mostram-se insuficientes (ginástica laboral e informações sobre ergonomia).

Um operador de caixa entrevistado, ao ser perguntado se o trabalho no Carrefour

afetaria de alguma forma, sua saúde, assim declarou:

Bastante, saúde física, porque é muito cansativo, massificante, mas é muito cansativo mesmo. Tanto se você passar em 10 caixas, pelo menos 8 ou 9 vão estar com uma cara bastante cansada mesmo, esgotada mesmo, se você passar no finalzinho da tarde.

Gera um transtorno psicológico mesmo, você fica muito agitado, dependendo do dia fica muito estressado. Eu tinha muita ansiedade, mas eu fiz tratamento. Depois que eu entrei no Carrefour eu fiz bastante tratamento psicológico, psiquiátrico e fisioterapia.

(...)

Eu mesmo fiz fisioterapia. Estava com início de tendinite no ombro direito. Ai eu fiz fisioterapia ai melhorou. Mas assim, eles fornecem ginástica laboral, três vezes por semana para o período da manhã e 3 por semana para o período da noite. São 20 minutos, eu participo. Tem bastante colega que não participa, vem como um obstáculo e não como uma ajuda.

A automação havida na loja, longe de significar uma melhora nas condições de saúde do comerciário, servira apenas para intensificar o ritmo de trabalho.

Neste contexto, as medidas preventivas tomadas pelo Carrefour mostram-se insuficientes.

Quando outro

entrevistado foi indagado

sobre quanto tempo trabalhou na loja do Carrefour, ele nos disse:

“Eu trabalhei uns 2 anos e meio no caixa central, mas trabalhando mesmo só um ano e meio porque o restante foi de licença pelo auxílio doença, pois o Carrefour me contaminou com essa tendinite e tive até de operar meu ombro por causa dela. Depois que voltei fui mandado embora.”

Na conversa com o entrevistado ficou claro que não foi reconhecida a ocorrência de doença ocupacional, o que, teria lhe garantido uma estabilidade no emprego,

⁵ Através da Portaria ICP Nº 912/2008, de 30 de julho de 2008 da Coordenadoria de Defesa dos Interesses Difusos e Coletivos da 15.^a Procuradoria Regional do Trabalho, foi instaurado inquérito civil para apuração de irregularidades relativas à saúde e segurança dos empregados do Carrefour do município de Campinas. Da mesma forma: Portaria ICP de n.º 1815/2008 de 24 de setembro de 2008; IC 000210.2007.15.008/8; IC 002221.2007.15.000/0-07; e a Rep. 000806.2009.15.000/6-6.

mas sim, foi-lhe deferido pelo INSS um auxílio doença comum.

O presidente do sindicato dos comerciários relatou que o Carrefour tem como postura, negar o fornecimento da CAT (comunicação de acidente de trabalho), criando dificuldades ao trabalhador para o reconhecimento de acidentes laborais e o acesso a benefícios previdenciários. Diante desta negativa do Carrefour, o sindicato tem fornecido este documento.

Segundo Navarro (2003),

Toda essa complexidade deve ser compreendida para que se possa evidenciar, cada vez mais, o vínculo entre a saúde e o trabalho nesse momento de substanciais mutações no mundo do trabalho para, valendo-se dessa compreensão, possa-se reafirmar o compromisso com uma sociedade na qual os homens sejam tratados como homens, como seres humanos que são.

A questão que se impõe na atualidade quanto à saúde do trabalhador é tornar clara a associação das transformações havidas no mundo do trabalho e o precoce e exagerado adoecimento dos trabalhadores. Na nova sistemática de trabalho, o adoecimento “*vem assumindo contornos epidêmicos*” (NAVARRO et al., 2001), todavia, muito embora numerosa, as queixas dos trabalhadores não são ouvidas pela rede hipermercadista, afinal, sempre haverá alguém disposto a ser explorado e adoecer em troca do salário.

E não é só, a legislação social que deveria dar suporte a estas mazelas cria obstáculos para o reconhecimento da doença laboral, uma vez que os benefícios previdenciários de cunho acidentário⁶ são mais custosos para os cofres do INSS. Como restaria ao trabalhador provar que a tendinite ou a hérnia de disco que lhe acomete são resultados da carga de trabalho a que foi submetido?

6 A NOVA SUBJETIVIDADE DO TRABALHADOR COMERCÁRIO

Se para o fordismo e o taylorismo o “apossamento” do saber operário foi resultado e requisito para a manutenção da ordem na fábrica, tornando domesticável e substituível o trabalhador, ao que parece também no comércio varejista um fenômeno semelhante ocorreu⁷. Uma das

⁶ O termo acidentário adjectiva os benefícios concedidos em razão de acidente ou doença do trabalho.

⁷ A análise de Coriat para os trabalhadores operários cabe perfeitamente aos comerciários do hipermercado: “*Sejamos bastante claros. Este movimento de desespecialização dos operários profissionais e qualificados, para transformá-los em trabalhadores multifuncionais, é de fato um movimento de racionalização do trabalho no sentido clássico do termo. Trata-se aqui, também - como na via taylorista norte-americana -, de atacar o saber complexo do exercício dos operários qualificados, a fim de atingir o objetivo de diminuir seus poderes sobre a produção, e de aumentar a intensidade do trabalho. E os operários qualificados viveram efetivamente este movimento de desespecialização como sendo um ataque ao seu exercício profissional e ao poder de negociação que este mesmo exercício autorizava. Através de diversos meios, entre os quais, é claro,*

características do comércio tradicional de balcão é justamente um elemento que foi perdido com a adoção em larga escala do auto-serviço: a relação social entre o cliente e o vendedor.

A existência de uma boa rede de relações sociais podia significar um melhor rendimento para o trabalhador. Era o vendedor de balcão o indivíduo que realmente haveria de deter todo o conhecimento sobre os bens que estava vendendo, muitas vezes, com mais sabedoria que o próprio patrão empresário. Tinha também o vendedor a prerrogativa de sugerir vendas, de convencer o cliente a levar determinado produto em vez de outro. Talvez, em nenhum outro setor da economia, ao trabalhador é exigida tamanha “*identificação*” com os objetivos do empregador, da forma como o é no setor varejista. Neste ponto, a contradição se torna evidente.

Em um ambiente altamente marcado pela concorrência entre as empresas varejistas, a integração entre o trabalhador da loja e o consumidor passa a representar em certos casos, o sucesso ou o insucesso de uma loja. Valsani explica que *“de fato, qualquer trabalho que envolva público interno, é fundamentalmente orientado pela comunicação. O melhor programa de integração, o envolvimento mais profundo e duradouro, o programa que realmente cria uma empatia entre organização e*

colaborador, é necessariamente baseado em comunicação” (1997, p. 180).

Dentro da loja, no ambiente de trabalho comercial, o trabalhador é tratado como “colaborador” ou até mesmo “associado” dando a impressão de uma total sintonia entre os interesses da rede e os do trabalhador. É certo que o uso de tais expressões não encontra correspondência com a definição exato dos termos. Pois bem, se é reconhecida a importância do trabalhador comerciário como fundamental para o setor de varejo, este então deveria ser verdadeiramente respeitado em seus direitos. *“Se o consumidor é a alma do negócio de qualquer empresa, quem interage como ele? A resposta será o funcionário, direta ou indiretamente”*. (GIANGRANDE, 1997, p. 33). Aliás, em uma revista especializada em comunicação empresarial, Farias (1998, p. 61) defende que,

“é necessário buscar a participação dos funcionários e também da direção no processo de uniformização da identidade empresarial. Treinamento, integração, conhecimento do produto/serviço que a organização oferece, programas de motivação, processos de busca da excelência da qualidade, podem ser vistos como atividades muito diversas entre si. Mas não. Devem ser feitas antes mesmo de se pensar em abrir canais diretos de atendimento ao público”.

Em 1936, Charles Chaplin brindou o mundo com o lançamento do filme “*Tempos Modernos*”. Uma caricatura da modernidade paradoxal que se instalara a partir das bases dos fordismo-taylorismo

a greve, eles se puseram a este movimento.” (Coriat, 1994: 53)

das primeiras décadas do século passado. O sistema de máquinas e a linha de montagem ainda não haviam sequer atingido sua predominância nas fábricas, mas de forma premonitória e idílica, o genial cineasta narra a condição do operário enquanto mero apêndice desfetivado deste sistema. Mas vai além.

Filmado e lançado em uma época onde a produção fordista estava se fazendo predominante nas fábricas americanas e, ainda, nos primórdios do aparecimento das lojas de auto-atendimento, Chaplin prenuncia uma situação que apenas no final do século XX (e mais acentuadamente nesta viragem de século) iria se tornar cotidiana: o vendedor “desapossado” de sua condição, mero apêndice do sistema de máquinas. Sobre “Tempos Modernos”, Alves (2006, p. 73/74) observa que:

“Em seguida, o capitalista em sua sala de comando, atende um vendedor de mercadorias, um trabalhador de classe média, que aparece, ele próprio, deslocado de sua função profissional por uma máquina automática. Ele vende uma nova invenção: uma máquina de alimentação automática (sopeira automática Billows). Ora, Chaplin sugere que a máquina, que caracteriza a modernidade do capital, irá transfigurar a função do vendedor de mercadorias, tornando-o, como o operário da linha de montagem, mero apêndice da máquina. Na verdade, o vendedor e seus auxiliares técnicos apenas conduzem a máquina, isto é, são meros apêndices do dispositivo automático. Entram na sala do capitalista e não dizem uma palavra. É o representante mecânico que fala: “Bom dia, meus amigos. Este disco é uma apresentação da *Sales Talk Transcription Co.* É o representante mecânico que lhes fala. Tenho o prazer de apresentar-lhes o Sr. J.

Willacomb Bellows, o inventor das máquinas Bellows, que alimenta seu pessoal no local de trabalho”.

Nesta cena genial, uma máquina vende outra máquina. Se a produção de máquinas através de máquinas irá representar uma importante revolução técnica no modo de produção capitalista, a venda de máquinas através de máquinas deverá indicar uma nova revolução técnica no interior da grande indústria. O que Chaplin sugere, nesse caso, é a revolução das vendas, que ocorreu com o modo de desenvolvimento fordista. A produção em massa, que ocorre através de máquinas exigiu, como condição da própria produção do trabalho abstrato e realização da mais valia, a constituição de uma nova base técnico-organizacional para a atividade de venda, um arcabouço complexo de propaganda e marketing através de máquinas automáticas, capazes de criar uma nova demanda para os produtos-mercadorias. Mais uma vez, Charles Chaplin em *Tempos Modernos*, ao tratar da produção do valor, exercita seu genial futurismo.

O filme segue com uma série de problemas técnicos havidos com a máquina de venda automática que, praticamente, inviabiliza a própria apresentação do produto e a realização da venda. O papel da máquina de venda automática, atualmente e desde as últimas décadas do século passado, é exercido pela televisão com sua vasta programação de propagandas. É ainda exercido pelos setores de *marketing* e publicidade das grandes empresas produtoras responsáveis diretas pela criação de demanda e manutenção dos níveis de produção e venda, necessárias para a manutenção do capitalismo atual.

Comerciantes “espertos” e tradicionais como o “mascate” árabe e o “turco da lojinha”, habitam, hoje em dia, apenas os contos de Cornélio Pires, a poesia de Drummond e o romance de Jorge Amado. Não há espaço para eles nas grandes redes varejistas. Todo o conhecimento do comerciário, a sua arte em vender, o seu dinamismo, foram apreendidos pelo hipermercado e substituídos pelos departamentos de publicidade, esquemas de *marketing*, garotos propagandas, comunicação visual, panfletos.

O hipermercado impõe ações e atitudes pré-estabelecidas aos seus comerciários, criando *scripts* para o atendimento, com perguntas e gestos que robotizam o trabalhador. Conforme apurado em

entrevistas, o treinamento consiste na simples leitura de uma apostila fornecida pela rede a seus novos empregados.

É interessante salientar que esta “preocupação” da rede atinge até mesmo os cargos de mais alto escalão. No ano de 2006 o Carrefour inaugurou a “Academia de Líderes” com a finalidade de formar gestores que falassem a “mesma linguagem” para todos os 45 mil funcionários da rede. O curso consta de três módulos: como liderar a si mesmo; liderar o negócio; e liderar a equipe. O

conteúdo dos módulos foi desenvolvido pelo Instituto Mackinsey e pela Universidade de São Paulo (USP)⁸.

Diante das novas máquinas e tecnologias existentes no hipermercado e ainda, diante do profundo processo de apropriação do conhecimento do comerciário, não resta mais papéis a este trabalhador, senão a condição de mero apêndice do sistema de máquinas. Talvez esta descrição fosse mais condizente com o trabalhador operário dos tempos do fordismo-taylorismo, todavia, as

contradições havidas dentro do hipermercado permitem diversas traduções de uma realidade em ebulição.

O saber-fazer do comerciário, o seu *savoir-faire* vem sendo, gradualmente, subtraído

pela grande rede. Contraditoriamente, o processo em curso na rede Carrefour de intensa padronização e fragmentação do ato do trabalhador, ao menos no que se refere ao ato do trabalhador comerciário diretamente responsável pelo ato final da venda, rege-se por princípios próprios do taylorismo/fordismo.

Todavia, ainda assim, a presença do trabalho vivo é reconhecidamente importante e essencial para a rede. Se não pode o hipermercado prescindir do trabalho humano, tornou-o desqualificado, facilmente substituível com um breve treinamento.

⁸ Vide a notícia: “Operação de Loja: qual o segredo do sucesso?”. Disponível em http://www.abras.com.br/site_antigo/web/site_antigo/super/junho_2006_capa.asp>. Acessado em 20.mai.2009.

A atuação do comerciário é reduzida, não só em sua dimensão corpórea, mas também em sua subjetividade, transformando-o em mero apêndice do sistema informatizado que compõe o *check out*, com atitudes padronizadas, expressando sentimentos manipulados, reduzidos e simplificados como meros peões de um grande tabuleiro de xadrez. A roteirização das expressões, das falas, dos gestos e atitudes, significa outro e pouco percebido exemplo de reificação, de coisificação do homem que trabalha.

Além de tornar o trabalho do comerciário essencialmente um ato mecanizado, a insatisfação pela cobrança da “postura e tratamentos adequados” (pelas regras do Carrefour) é latente nos depoimentos dos trabalhadores da rede.

Na sistemática estabelecida pelo Carrefour, o comerciário operador de caixa deve:

1. cumprimentar o cliente – bom dia, boa tarde, boa noite;
2. informar o valor da compra;
3. ajudar a embalar as compras;
4. perguntar se encontrou tudo na loja
5. despedir-se do cliente, chamando-o pelo nome (observando o nome do cartão ou folha de cheque);

Algum tempo depois uma nova pergunta foi incorporada neste *script*: “*quer recarga de celular?*”. Mais recentemente outra pergunta foi adicionada: “*quer CPF na nota?*”.

O desapossamento da arte e do ofício do comerciário, resultados da implantação do auto-serviço, e a rotineirização do ato do trabalhador tem um efeito importante para o hipermercado, torna o comerciário facilmente substituível, sempre, aliás, por trabalhadores ávidos por colocação, sem qualquer questionamento por parte dos trabalhadores comerciários ou da entidade coletiva que representa estes trabalhadores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A nova figura reinventada nos supermercados foi intensamente pressionada dentro das grandes redes hipermercadistas, tal qual uma lasca de carvão em seu processo de transformação em diamante. Todavia, para o vendedor/comerciário, o processo deu-se as avessas – do diamante ao carvão.

Se tradicionalmente o vendedor/comerciário era aquele que tinha o conhecimento total da mercadoria vendida, em muitos casos, superando o próprio chefe capitalista. Se era ele o elo que ligava a produção ao consumidor final, criando vínculos com o consumidor, aconselhando-o quanto a melhor compra, instruindo-o quanto ao uso da mercadoria, informando-o de eventual novidade e melhorias nos produtos vendidos, hoje em dia, não cumpre mais nenhuma destas funções.

Resta então a este novo comerciário/vendedor a mera função de passar os produtos diante de um leitor ótico e fazer a cobrança do preço das mercadorias, tudo isto, permeado por obrigatórias perguntas pré-elaboradas. Laborando como meros apêndices da máquina, coadjuvando a esteira rolante e o leitor ótico.

Na nova função, o vendedor/comerciário afasta-se, cada dia mais, da lógica da venda por varejo. Passa a prestar serviços bancários (cobranças de títulos e boletos), inclusive, a realizar serviços em nome de outras empresas. É o caso da recarga de celular em que o serviço prestado é feito em nome da operadora de telefonia, inclusive, em nota fiscal emitida

pela companhia telefônica, apenas utilizando-se da “estrutura” (e pessoal) dos *check-outs* do Carrefour.

Obedecendo à lógica de assimilação e “captura” da força de trabalho, tal qual desde os primórdios do sistema do capital, o trabalhador está submetido. O capital tomou para si tanto o papel de produtor quanto de vendedor de bens e serviços inclusive, tendo modificado este papel, despindo o antigo vendedor/comerciante de sua arte, de seu conhecimento sobre os produtos, da sua empatia junto aos fregueses, da sua capacidade de negociação, para criar um novo vendedor robotizado/estandarizado.cooperativas tornando-as apenas “unidades de terceirização”.

BIBLIOGRAFIA

- ALVES, G. **Trabalho e cinema: o mundo do trabalho através do cinema**. Londrina: Praxis, 2006.
- CORIAT, B. **Pensar pelo avesso: o modelo japonês de trabalho e organização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.
- FARIAS, L. A. B. A comunicação persuasiva e o contexto mercadológico. **Revista Líbero**. São Paulo, v. 1, p. 58-61, 1998.
- GIANGRANDE, V.; FIGUEIREDO, J. C. **O cliente tem mais do que razão: a importância do ombudsman para a eficácia empresarial**. São Paulo: Gente, 1997.
- MANDEL, E. **Introdução ao marxismo**. 2. ed. Lisboa: Antídoto, 1978.
- NAVARRO, V. L. **O trabalho e a saúde do trabalhador na indústria de calçados**. São Paulo Perspec. vol.17 no.2 São Paulo Apr./June 2003
- ROSSO, S. D. **Mais trabalho!:** a intensificação do labor na sociedade contemporânea. São Paulo: Boitempo, 2008.

VALSANI, F. Novas Formas de Comunicação Interna. *In* KUNSCH, M. M. K. (org). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997. P. 178-188.

Informações bibliográficas:

Conforme a NBR 6023:2002 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), este texto científico publicado em periódico eletrônico deve ser citado da seguinte forma:

FRANÇA JR, Luzimar Barreto de. A PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO E O COMERCIÁRIO DO CARREFOUR. **Revista Pegada Eletrônica**, Presidente Prudente, vol. 10, n. 1, 30/junho/2009. Disponível em: <<http://www.fct.unesp.br/ceget/pegada101/07luzimar.pdf>>. Acesso em: __.__. 20__.