

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SERVIÇO SOCIAL
MESTRADO EM SERVIÇO SOCIAL

LETÍCIA BARROS PALMA DA ROSA

**JOVENS TRABALHADORES DAS REDES DE *FAST FOOD*: EXPERIÊNCIA DE
TRABALHO E SUBJETIVIDADE**

Juiz de Fora
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SERVIÇO SOCIAL
MESTRADO EM SERVIÇO SOCIAL

LETÍCIA BARROS PALMA DA ROSA

**JOVENS TRABALHADORES DAS REDES DE *FAST FOOD*: EXPERIÊNCIA DE
TRABALHO E SUBJETIVIDADE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Área de Concentração Questão Social, Território, Política Social e Serviço Social, da Faculdade de Serviço Social da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Serviço Social.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Maria Aparecida Tardin Cassab

Juiz de Fora
2013

Letícia Barros Palma da Rosa

Jovens trabalhadores das redes de *fast food*: experiência de trabalho e subjetividade

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Área de Concentração Questão Social, Território, Política Social e Serviço Social, da Faculdade de Serviço Social da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Serviço Social.

Aprovada em 06 de setembro de 2013

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Aparecida Tardin Cassab (Orientadora)
Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Dra. Tatiana Dahmer Pereira
Universidade Federal Fluminense

Profa. Dra. Maria Rosângela Batistoni
Universidade Federal de Juiz de Fora

A Luiz Rosa e Maria Stela,
verdadeiros mestres.

AGRADECIMENTOS

A construção de um trabalho nunca se faz individualmente. Direta ou indiretamente agrega parte do que somos e vivemos, assim como do meio e das pessoas que se fazem presentes em nossas vidas. Dessa forma, gostaria de agradecer aqueles que fazem parte da trajetória que culminou na elaboração dessa dissertação.

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus, que além do dom da vida, me proporcionou inúmeras oportunidades e bênçãos. Dentre elas, minha família, alicerce central no qual me sustento.

Sendo assim, gostaria de agradecer a meus pais, Luiz e Maria Stela, cujo amor, carinho, incentivo e dedicação foram incondicionais. Se hoje posso dizer que conquistei alguma coisa, devo toda essa conquista a vocês! Agradeço pela paciência, incentivo e compreensão; por entenderem minha ausência, a distância, às vezes o nervosismo. Tecnicamente, agradeço pela revisão desse trabalho realizada pelo meu pai.

Agradeço a meus irmãos, Fernanda e Pedro Luiz, que sempre acreditaram em mim – muitas vezes, mais do que eu mesma. Agradeço pelo amor, apoio, disponibilidade, amizade e por sempre estarem ao meu lado, mesmo que distantes fisicamente.

Agradeço também a minha mais nova irmã, Karine, que além do carinho me deu, junto com o Pedro, o presente mais lindo! E mesmo ainda pequeno, agradeço o Eduardo pela sua chegada tão linda em nossas vidas. Em muitos momentos de tensão dessa reta final, apenas olhar para seu rostinho já me fazia sorrir.

Agradeço a Terezinha, tio Tomé e tio Nardininho, cujas orações com certeza fizeram a diferença!

Agradeço “minha família” de Juiz de Fora, Camila e Helena, pela convivência, paciência, amizade e incentivo. Estou indo embora, mas sempre há chances de voltar para essa casa!

Ao meu namorado, Leandro, que esteve ao meu lado durante todo o processo, quando eu ainda pensava em tentar a seleção do mestrado. Se superando para estar sempre por perto, seu amor, carinho e compreensão foram muito importantes.

Agradeço aos amigos de Juiz de Fora. Em especial Antoniana – amiga querida sempre presente, Tatiana – companheira de graduação, mestrado e grande amiga, Rafaella – que me acolheu com tanto carinho e Mayara – primeira a me dar a notícia do resultado da seleção.

Aos meus amigos de Paraíso, presentes há tantos anos em minha vida. Hoje cada um trilha seu caminho, porém a amizade permanece firme e necessária. Agradeço pelos

momentos de alegria, descontração, alento, crescimento. Em especial, agradeço a presteza da Ana Luiza e da Vanessa em me ajudar na reta final.

Esse trabalho não teria essa forma, não fosse a presença de minha orientadora em minha trajetória acadêmica. Agradeço a Cida pelos seus ensinamentos, sua paciência e por participar da minha construção enquanto profissional desde a graduação. Tenho por você grande admiração.

Imprescindíveis também foram os jovens, centralidade e motivação desse trabalho. Agradeço imensamente a todos aqueles que se disponibilizaram a participar da pesquisa e espero que, de alguma forma, o resultado aqui apresentado possa tornar-se uma contribuição para a luta pelos direitos da juventude.

Agradeço também todos aqueles que me ajudaram na busca por entrevistados – tarefa árdua que alcançou avanços graças ao auxílio de pessoas queridas.

Agradeço a querida professora Rosângela Batistoni que, mesmo hoje estando longe, se prontificou a participar da minha banca de defesa. Agradeço também pelas contribuições na banca de qualificação. Também a admiro muito!

Agradeço as contribuições do professor Fabiano Leal no processo de qualificação e a professora Tatiana Dahmer, que prontamente aceitou o convite para contribuir com minha formação compondo a banca de defesa dessa dissertação, a partir de uma leitura tão cuidadosa do meu trabalho.

A todos os professores que contribuíram com meu processo de formação e funcionários da Faculdade de Serviço Social da UFJF.

A meus colegas de turma, pela convivência, trocas e aprendizado.

Por fim, à Faculdade de Serviço Social e à CAPES pelo apoio financeiro.

RESUMO

A dissertação aqui apresentada trata da relação estabelecida entre experiência de trabalho juvenil e produção da subjetividade, particularmente de jovens inseridos nas redes de *fast food*. Para tanto, apresenta o debate a respeito da compreensão sobre trabalho, à luz das concepções marxistas, e seu significado nos dias atuais. Apresenta também os modelos produtivos adotados pelo capital na contemporaneidade e discute seus impactos na vida do sujeito social. Estabelece uma discussão sobre a categoria juventude, amparada no conceito de geração e sua situação em relação ao mercado de trabalho. A fim de conhecer as relações de trabalho vivenciadas por esses jovens, além da pesquisa bibliográfica, foi realizada uma pesquisa de campo, cujo *locus* eleito foi a empresa McDonald's devido a sua expressividade e abrangência. Foram realizadas entrevistas com jovens trabalhadores inseridos em dois restaurantes pertencentes à rede no município de Juiz de Fora, privilegiando o ângulo de visão que compreende olhares e interpretações por eles apresentados. A partir da compreensão da indissociabilidade entre as condições materiais e objetivas experimentadas pelo sujeito social e a construção de sua subjetividade, que se dá histórica e socialmente, pôde-se perceber a influência exercida pela rede nos processos de subjetivação vivenciados por seus trabalhadores, constatando-se que os valores difundidos pela empresa são em grande parte incorporados pelos jovens e que a experiência do trabalho exaustivo restringe o desenvolvimento de suas subjetividades.

PALAVRAS-CHAVE: Juventude, trabalho, subjetividade.

ABSTRACT

This thesis aims to analyze the relationship established between the experience of youth workforce and the creation of their subjectivity, particularly of young people from fast food chains. It presents the debate about the understanding of work, in the light of Marxist conceptions, and its meaning today. It also presents the production models adopted by the capitalism in contemporary times and discusses their impact on the social life of the subject. It proposes a discussion on youth, based on the concept of generation and its position with regard to the labor market. In order to understand labor relations experienced by these young people, in addition to the literature research, a field research as carried out, which locus was the company McDonald's due to its expressiveness and scope. Interviews were conducted with young workers from two restaurants in the city of Juiz de Fora, favoring the angle comprised of their views and interpretations. From the understanding of indissociability between material and objective conditions experienced by the subject and the construction of subjectivity, historically and socially built up, it was possible to see the influence of the company on the subjective processes experienced by its workers, realizing that values disseminated by the company have great influence on the young and that the experience of exhausting work impairs the development of their subjectivities.

KEYWORDS: Youth, work, subjectivity.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Pirâmide etária de Juiz de Fora	84
Gráfico 02 - Produto Interno Bruto (Valor adicionado)	85
Gráfico 03 – Jovens entrevistados por sexo e em relação à existência ou não de vínculo com a empresa	89
Gráfico 04 – Forma de abordagem utilizada para realização do convite ao entrevistado	91

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÃO 01 – Irregularidades cometidas pelo McDonald’s	112
ILUSTRAÇÃO 02 – Quiosque localizado à Rua São João Nepomuceno, vinculado ao restaurante do McDonald’s localizado no Alameda Shopping – <i>banner</i> ao fundo.....	114
ILUSTRAÇÃO 03 – Imagem ampliada do banner afixado no quiosque localizado na Rua São João Nepomuceno	115

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – PEA por faixa etária	45
Tabela 02 – Taxa de participação por faixa etária	46
Tabela 03 – Faixa etária e sexo	83
Tabela 04 - Produto Interno Bruto (Valor adicionado).....	85

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABL	Área Bruta Locável
Abrasce	Associação Brasileira de Shopping Centers
CAEd	Centro de Políticas Públicas e Avaliação de Educação
CAT	Comunicado de Acidente de Trabalho
CIPA	Comissão Interna de Prevenção de Acidentes
Embrapa	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EUA	Estados Unidos da América
FUNABEM	Fundação do Bem Estar do Menor
HU-CAS	Hospital Universitário - Centro de Atenção à Saúde
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
Ipea	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
JIT	<i>Just in time</i>
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
MPT	Ministério Público do Trabalho
MPT/PE	Ministério Público do Trabalho da 6ª Região/PE (Pernambuco)
ONU	Organização das Nações Unidas
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SC	<i>Shopping Center</i>
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	13
CAPÍTULO I – A SUBJETIVAÇÃO DO TRABALHO NO CAPITALISMO MONOPOLISTA	17
1.1 Trabalho e alienação	17
1.2 Trabalhadores flexíveis	29
1.3 Geração	34
1.4 Juventude: Categoria Sociológica	37
1.5 Juventude e trabalho	44
CAPÍTULO II – TRABALHADORES JOVENS NOS SERVIÇOS	50
2.1 Trabalhadores em serviços	50
2.2 A espacialização em questão	62
2.3 O lugar do trabalho	72
CAPÍTULO III – EXPERIÊNCIA DO TRABALHO E SUBJETIVAÇÃO	81
3.1 Caracterização do Município de Juiz de Fora	82
3.2 Caracterização do objeto	86
3.3 Jovens trabalhadores e o processo de realização das entrevistas	89
3.4 A percepção dos jovens sobre o trabalho na rede estudada	92
3.5 Experiência do trabalho e construção dos sujeitos	119
CONSIDERAÇÕES FINAIS	133
REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO	136
ANEXOS	142

APRESENTAÇÃO

A dissertação aqui apresentada trata da produção da subjetividade do jovem¹ trabalhador flexível, particularmente daqueles inseridos nas redes de *fast food*. Em um país em que os jovens são muitas vezes estigmatizados e as políticas a eles destinadas são recentes, torna-se necessário e urgente desvendar as determinações e contradições vivenciadas por essa geração.

A juventude brasileira foi afetada diretamente pelas transformações econômicas e sociais ocorridas nas últimas décadas, com o grande impacto advindo de um desenvolvimento econômico desigual e da flexibilização do trabalho no país.

Apenas na década de 1990 é que começam a ser pensadas políticas direcionadas a essa geração, muitas delas baseadas em estereótipos e no senso comum no que diz respeito ao entendimento da juventude, como será apresentado no decorrer deste trabalho. Muitas dessas políticas, ao invés de responderem às necessidades juvenis, baseadas em suas experiências concretas, não obtinham avanços ou resultados positivos para a juventude e, conseqüentemente, para a sociedade como um todo.

Os impactos das políticas e formas de organização da sociedade, porém, são diferenciados para os diversos segmentos populacionais. Dessa forma, a discussão sobre juventude deve se pautar pelo reconhecimento das diferentes classes sociais, contextos histórico e social vivenciados, assim como o território no qual se localiza esse jovem. Nesse sentido, é importante destacar que não há uma única juventude no país, mas a heterogeneidade e as desigualdades presentes na sociedade determinam a existência de várias juventudes.

Quando se consideram as experiências mais significativas para essa geração, destaca-se sua (não) inserção no mercado de trabalho. Esse fator, inclusive, é parte do processo de transição do jovem para sua fase adulta – juntamente com a saída de casa e a formação de uma nova família, para citar os principais determinantes a serem considerados nessa passagem. A literatura, porém, assim como pesquisas recentes, registra que os jovens representam o segmento etário mais afetado pelas mudanças que vêm ocorrendo no mundo do trabalho.

¹ É importante esclarecer que, embora o entendimento de juventude aqui defendido não se restrinja a questões etárias, torna-se necessário, para fins analíticos, que haja um recorte delimitando o perfil dos entrevistados. Sendo assim, adota-se como parâmetro a definição da ONU, que compreende enquanto jovens aqueles que se encontram entre os 15 e 24 anos.

O crescente movimento de desregulamentação do trabalho, somado ao desenvolvimento de sua flexibilidade, faz com que os trabalhadores, e particularmente os jovens trabalhadores, necessitem de se submeter, cada vez mais, a condições laborais precárias e/ou com altos graus de exploração. E os jovens pobres, filhos da classe trabalhadora, são os mais atingidos por essas condições.

A inserção juvenil nesses espaços de trabalho, além de poder comprometer o desempenho escolar do jovem, pode influenciar diretamente suas possibilidades futuras. Pesquisas demonstram que quanto mais precoce a entrada no mercado de trabalho, menores os salários pagos aos jovens trabalhadores. Evidenciam também que aqueles que começam a trabalhar cedo têm mais chances de abandonar os estudos, o que leva ao comprometimento de suas oportunidades de crescimento. Deste modo, o trabalho, ao invés de propiciar melhorias de vida para os jovens e sua família, termina por perpetuar o ciclo de pobreza.

Entende-se que os caminhos percorridos na juventude vão influenciar diretamente a produção da subjetividade desses sujeitos, considerando-se que a subjetividade, como uma forma de conhecimento do mundo, é construída histórica e socialmente, como processo, a partir das experiências – objetivas e subjetivas – vivenciadas pelo sujeito social. Dessa forma, quanto maior e mais rico o leque de experiências vivenciado pelo jovem, mais ampla a sua subjetividade e capacidade de se expressar e se desenvolver.

Nesse sentido, o ângulo de visão assumido neste estudo compreende olhares e interpretações apresentados pelos próprios sujeitos sociais. A base material e concreta do cotidiano vivenciado por esses jovens em determinada localização espaço-temporal e as impressões desses sujeitos e suas representações do mundo constituem a perspectiva de análise utilizada nessa pesquisa.

A partir da compreensão de que o trabalho possui centralidade no conjunto das experiências juvenis enquanto realidade material e objetiva, entende-se que ele se apresenta também como elemento da construção da subjetividade desses sujeitos. As experiências vivenciadas pelos jovens no mundo do trabalho, portanto, devem ser problematizadas, avaliando os impactos que podem ter na definição dos caminhos por eles trilhados.

Diante da necessidade de ampliação dos estudos relacionando a juventude com o mundo do trabalho, optou-se por estudar aquele que é frequentemente identificado como um emprego juvenil: o trabalho em redes de *fast food*. Devido à extensão do objeto de estudo, foi eleita uma empresa para que o mesmo fosse desenvolvido de forma mais precisa, o McDonald's. A rede foi selecionada devido a sua expressividade e abrangência. Além de ser a

maior cadeia presente no país, é a mais conhecida, afora o fato de ser reconhecida também como grande empregadora de jovens e grande exploradora de trabalho.

Esta pesquisa, portanto, objetivou compreender os processos que compõem a relação entre trabalho e produção da subjetividade dos jovens trabalhadores flexíveis presentes nas redes de *fast food*.

Para sua realização, a metodologia consistiu, inicialmente, em um estudo sobre a bibliografia relacionada ao tema abordado e, posteriormente, em uma pesquisa de campo composta por entrevistas realizadas com jovens trabalhadores.

Durante o período de cinco meses e meio (novembro de 2012 a maio de 2013) foram realizadas 14 entrevistas, contemplando jovens atendentes, treinadores, gerentes de plantão e gerentes de restaurante de duas lojas do McDonald's selecionadas no município de Juiz de Fora, localizadas em dois *shoppings* da cidade: o Alameda Shopping e o Independência Shopping. Foram realizadas também duas entrevistas piloto em outubro e novembro de 2011, ainda no período de elaboração do trabalho apresentado à banca de qualificação.

Após a pesquisa de campo, foi realizada sua análise da mesma, tendo como referência as categorias empíricas *shopping enquanto lugar de trabalho; equipe, indivíduo, competitividade e produtividade; tempo de jornada*; o entendimento do perfil desses jovens enquanto *estudantes* e, por fim, foi pensado a respeito de seus *projetos de vida*.

Para a apresentação do trabalho desenvolvido e seus resultados, essa dissertação organiza-se em três capítulos. O Capítulo I, intitulado A subjetivação do trabalho no capitalismo monopolista, trata das relações entre trabalho e juventude por meio do desenvolvimento e explicitação de ambas as categorias e a correlação existente entre elas na realidade. Aborda o debate de trabalho e alienação sob a matriz teórica marxista, assim como a discussão sobre a flexibilização do trabalho. Apresenta também uma breve exposição do conceito de geração e do entendimento de juventude como categoria sociológica para, finalmente, estabelecer a conexão entre juventude e trabalho.

No Capítulo II, Trabalhadores jovens nos serviços, são discutidos os processos de trabalho desenvolvidos na rede de *fast food*, recorrendo-se, inclusive, a bibliografias das áreas de administração e engenharia de produção. Em seguida, considerando a necessidade de que o objeto de pesquisa esteja situado espacialmente, é realizado um debate sobre espacialização, assim como da localização do objeto de estudo.

O Capítulo III, Experiência do trabalho e subjetivação, inicia-se com uma breve caracterização do município de Juiz de Fora para, em sequência, caracterizar o objeto de estudo. Posteriormente é feito o relato do processo das entrevistas, assim como um sucinto

perfil dos jovens entrevistados para, em seguida, ser apresentada a análise das entrevistas. Para concluir, é realizada uma discussão com base na bibliografia estudada, sobre os impactos e consequências da organização do trabalho na vida do jovem, correlacionando-a com os resultados do trabalho de campo.

CAPÍTULO I – A SUBJETIVAÇÃO DO TRABALHO NO CAPITALISMO MONOPOLISTA

O trabalho é algo genuinamente humano. É por meio dele que o homem se caracteriza enquanto homem, se desenvolve e diferencia-se da natureza. Possui centralidade na vida do sujeito e é entendido enquanto fator determinante de sua sociabilidade. Para o jovem, o trabalho representa uma dimensão ainda mais relevante, pois colabora com sua inserção na sociedade, seu reconhecimento e sua construção como adulto. Como sinaliza o economista Márcio Pochmann (1998), o trabalho e a sua ausência constituem-se em um campo de experiências da juventude.

Nesse sentido, este capítulo busca compreender a relação entre juventude e trabalho, a partir do entendimento dessas categorias. Inicia-se pelo debate sobre trabalho e seu significado para o homem, abarcando desde seu caráter positivo – enquanto atividade que possibilita o desenvolvimento de satisfação de necessidades e sua diferenciação da natureza – até o processo de obscurecimento de sua face criadora, quando o trabalhador, por vender sua força de trabalho, não mais se identifica com o resultado obtido através de seu esforço. Além disso, é apresentada uma breve discussão sobre as transformações ocorridas no mundo do trabalho na contemporaneidade e os modelos produtivos vigentes.

Em seguida, trata-se da compreensão da categoria geração, a fim de obter subsídios para a realização do debate a respeito de juventude enquanto categoria sociológica. Um sucinto histórico do desenvolvimento dessa categoria culmina na discussão sobre o entendimento de juventude nos dias atuais. A partir daí, situando essa geração no contexto brasileiro, apresenta-se sua interlocução com o mundo do trabalho.

1.1 Trabalho e alienação

O homem, enquanto um ser natural, possui relação conflituosa com a natureza. Modifica-a a fim de satisfazer suas necessidades, ou seja, transforma a natureza e, conseqüentemente, prejudica-a, ao mesmo tempo em que depende e não se separa dela. Marx afirma que

Antes de tudo, o trabalho é um processo entre o homem e a Natureza, um processo em que o homem, por sua própria ação, media, regula e controla seu metabolismo com a Natureza. Ele mesmo se defronta com a matéria natural como uma força natural. Ele põe em movimento as forças naturais pertencentes a sua corporalidade, braços e pernas, cabeça e mão, a fim de apropriar-se da matéria natural numa forma útil para sua própria vida. Ao atuar, por meio desse movimento, sobre a Natureza externa a ele e ao modificá-la, ele modifica, ao mesmo tempo, sua própria natureza. Ele desenvolve as potências nela adormecidas e sujeita o jogo de suas forças a seu próprio domínio (MARX, 2001, p. 297).

É em sua relação com a natureza que o ser humano tem a possibilidade de desenvolver instrumentos a fim de satisfazer suas necessidades. É através desse desenvolvimento que domina e se apropria da natureza, originando assim o trabalho – como processo entre homem e natureza. Dessa forma o trabalho torna-se necessidade humana e seu desenvolvimento cria novas necessidades. Nas palavras de Lefebvre (1997),

O homem (ser humano) é, antes de mais nada, ser de necessidade. E o é muito mais do que os animais, que encontram, quase todos desde o nascimento, em seus corpos ou em derredor, os recursos que lhes permitem sobreviver. Na falta desses recursos, desaparecem espécies e indivíduos. Em todo o humano, em todas suas atividades, a necessidade em geral (genérica) aparece e reaparece como fundamento. Nada existe que não corresponda a uma necessidade ou que não suscite necessidade (LEFEBVRE, 1997, p. 181).

Assim, as necessidades humanas levam ao desenvolvimento de objetos, técnicas e instrumentos que possibilitam ao homem a transformação de suas atividades em trabalho. O ser humano desenvolverá esses instrumentos a partir de uma finalidade, pensará antecipadamente sobre seus objetivos e os meios para alcançá-los. Por mais que o resultado não seja exatamente igual ao idealizado, a intencionalidade esteve presente em um momento anterior ao trabalho materializado, particularizando-o como atividade de caráter teleológico. Dessa forma, pode-se afirmar que o ser humano é um ser natural, pertence à natureza e se utiliza dela para seu desenvolvimento.

Difere-se dos animais – que respondem às suas necessidades vitais através de instintos – pela capacidade consciente de criar meios previamente idealizados que permitam a satisfação de suas necessidades. Tem a capacidade de desenvolver objetos e instrumentos de trabalho a partir de uma intencionalidade prévia e ainda conseguir visualizar o produto do seu esforço. A cada necessidade suprida, gera outra necessidade que o leva a desenvolver novas

formas de atividade. Esse desenvolvimento só se faz possível por meio do trabalho, atividade fundamental do homem originária da busca de satisfação de suas necessidades.

É nesse sentido, portanto, que Marx (2001) pressupõe o trabalho como uma forma que pertence exclusivamente ao homem, já que a construção ideal orienta sua realização. Além disso, durante todo o tempo de execução de seu trabalho, para além do esforço físico realizado, é necessária atenção voltada ao objetivo teleológico inicial.

Assim, é por meio do processo de trabalho que o homem transforma seus objetos de trabalho em formas necessárias para seu uso, por meio da ação idealizada, desde o início, direcionada para uma determinada finalidade. Após a transformação realizada pelo homem nesse processo, resulta que “o trabalho se uniu com seu objetivo. O trabalho está objetivado e o objeto trabalhado” (MARX, 2001, p. 300). Marx afirma que o trabalho,

(...) em seus elementos simples e abstratos, é atividade orientada a um fim para produzir valores de uso, apropriação do natural para satisfazer as necessidades humanas, condição universal do metabolismo entre o homem e a Natureza, condição natural eterna da vida humana e, portanto, independente de qualquer forma dessa vida, sendo antes igualmente comum a todas as suas formas sociais (MARX, 2001, p. 303).

Pode-se compreender, portanto, o trabalho como atividade que, emergindo da busca pela satisfação de necessidades, se constitui em uma relação metabólica entre homem e natureza, de caráter teleológico e fator determinante na sociabilidade do sujeito. A partir daí Antunes (1999) defende que “nesse processo de autorrealização da humanidade, de avanço do ser consciente em relação ao ser instintivo, bem como seu avanço em relação à natureza, configura-se o *trabalho como referencial ontológico fundante da práxis social*” (ANTUNES, 1999, p. 139). Grifos do autor.

Nesse sentido, Netto e Braz (2007), fazendo a mediação necessária para a compreensão da relação entre trabalho e sujeito social para além da esfera material e objetiva e reconhecendo o caráter subjetivo desse processo, afirmam que o trabalho é composto por dois planos que se complementam:

(...) se a prefiguração (ou, no dizer de Lukács, essa *prévia ideação*) é indispensável à efetivação do trabalho, ela em absoluto o realiza: *a realização do trabalho só se dá quando essa prefiguração ideal se objetiva,*

isto é, quando a matéria natural, pela ação material do sujeito, é transformada. O trabalho implica, pois, um movimento indissociável em dois planos: num plano *subjetivo* (pois a prefiguração se processa no âmbito do sujeito) e num plano *objetivo* (que resulta na transformação material da natureza); assim, a realização do trabalho constitui uma **objetivação** do sujeito que o efetua (NETTO, BRAZ, 2007, p. 32) Grifos dos autores.

Demonstra-se, portanto, a relação intrínseca entre os planos subjetivo e objetivo, relação essa que ultrapassa a esfera do trabalho e também se encontra presente nesse processo.

Além de caracterizar-se como processo de transformação da natureza, o trabalho é também movimento que modifica o homem. É por meio do trabalho que o homem constrói sua sociabilidade. Esse tipo de atividade se concretiza como construção coletiva, em que se compartilha conhecimento e se despende força física.

O ser humano é um ser social, não vive nem se desenvolve isoladamente. Da mesma forma, seu processo de diferenciação na natureza (o trabalho) desenvolve-se de forma coletiva. Nas palavras de Netto e Braz (2007),

O trabalho é, sempre, atividade coletiva: seu sujeito nunca é um sujeito isolado, mas sempre se insere num conjunto (maior ou menor, mais ou menos estruturado) de outros sujeitos. Essa inserção exige não só a coletivização de conhecimentos, mas sobretudo implica convencer ou obrigar outros à realização de atividades, organizar e distribuir tarefas, estabelecer ritmos e cadências etc. – e tudo isso, além de somente ser possível com a comunicação propiciada pela linguagem articulada, não está regido ou determinado por regularidades biológicas; conseqüentemente, o caráter coletivo do trabalho não se deve a um *gregarismo* que tenha raízes naturais, mas, antes, expressa um tipo específico de vinculação entre membros de uma espécie que já não obedece a puros determinismos orgânico-naturais. Esse caráter coletivo da atividade do trabalho é, substantivamente, aquilo que se denominará de **social** (NETTO, BRAZ, 2007, p. 34) Grifos dos autores.

Dessa forma, pode-se afirmar que o trabalho abarca a interação do homem com a natureza, com objetos e com outros homens. Tanto em sua gênese quanto em seu desenvolvimento, o trabalho contribui naturalmente com o processo identificação do homem enquanto ser social. Ele “substitui a necessidade como sinal de impotência, pela necessidade como capacidade de gozo, como poder de realizar tal ou qual ato” (LEFEBVRE, 1997, p. 182). Seu desenvolvimento é estimulado pelas necessidades que buscam a satisfação.

Ao longo desse movimento, que é prático, histórico e dialético, o trabalho se divide social e tecnicamente. Em meio ao seu desenvolvimento e processo de divisão de funções e dos meios de produção o trabalho perde, muitas vezes, seu caráter de totalidade, e a característica de satisfação de demandas alheias rouba seu papel primeiro de objetivar a supressão da própria necessidade.

Pode-se atribuir a radicalização dessa divisão a algumas situações sócio-históricas, como o desenvolvimento das forças produtivas, do capitalismo industrial e a expansão urbana, levando à emergência de novas classes sociais em confronto (Burguesia X Proletariado).

Embora em diferentes formas de sociedade houvesse a organização do trabalho e a divisão em determinadas especialidades, é no capitalismo que cada especialidade é subdividida. Ou seja, enquanto a divisão do trabalho no todo de uma sociedade, seja ou não mediada pelo intercâmbio de mercadorias, existe nas mais diferentes formações sócioeconômicas, a divisão manufatureira do trabalho é uma criação totalmente específica do modo de produção capitalista (MARX, 2001, p. 473). Nesse sentido, a divisão social do trabalho, que em seus primórdios organiza a produção social em diversos ofícios com os quais os homens se identificam, difere-se da parcialização do trabalho, onde os ofícios são paulatinamente extintos e os homens não mais se enxergam no resultado originado do seu próprio trabalho.

De acordo com Marx, a divisão do trabalho desenvolve-se por meio da manufatura de duas formas distintas. Uma delas seria a agregação de trabalhadores de diferentes ofícios em um mesmo espaço, cada um executando a função que lhe diz respeito, a fim de produzirem juntos um único tipo de produto. O autor exemplifica com o arquétipo de uma carruagem que, para que chegue à sua forma final, necessita do empenho de serralheiros, costureiros, vidraceiros, pintores, dentre outros profissionais. Assim, com o decorrer do tempo, a atividade executada por cada um desses sujeitos “se transforma em divisão da produção de carruagens em suas diversas operações particulares, em que cada operação cristaliza-se em função exclusiva de um trabalhador, e a sua totalidade é executada pela união desses trabalhadores parciais (MARX, 2001, p. 453, 454). Assim como na feitura de carruagens, esse processo se estende à produção de diversos processos de manufatura.

Outra circunstância que proporciona a divisão do trabalho se localiza na junção de diversos sujeitos que produzem o mesmo objeto. Cada um realiza todo o processo de produção até que esse processo se divide em diversas etapas, cada uma delas executada por determinados trabalhadores. Marx explica da seguinte forma:

Em vez de o mesmo artífice executar as diferentes operações dentro de uma sequência temporal, elas são desprendidas umas das outras, isoladas, justapostas no espaço, cada uma delas confiada a um artífice diferente e todas executadas ao mesmo tempo pelos cooperadores. Essa divisão accidental se repete, mostra suas vantagens peculiares e ossifica-se pouco a pouco em divisão sistemática do trabalho. Do produto individual de um artífice autônomo, que faz muitas coisas, a mercadoria transforma-se no produto social de uma união de artífices, cada um dos quais realiza ininterruptamente uma mesma tarefa parcial. (MARX, 2001, p. 454)

Por meio desses dois mecanismos diferenciados é que a manufatura, enquanto mecanismo de produção, desenvolve a divisão do trabalho. Essa divisão, porém, é distinta da divisão social do trabalho. Ou seja, a divisão do trabalho no interior de um espaço de produção difere-se da divisão do trabalho na sociedade.

A divisão social do trabalho tem sua origem no desenvolvimento de atividades no interior da própria família e de comunidades. Primitivamente essa divisão baseava-se nas diferenciações sexuais e etárias, o que vai se expandindo da esfera familiar para a esfera social. Segundo Marx (2001), a partir do desenvolvimento do trabalho nas esferas locais e da produção realizada em cada família/comunidade ser diferenciada, são efetuadas trocas entre os diferentes produtos, transformando-os por fim, em mercadorias. O autor afirma que

Onde a divisão fisiológica do trabalho constitui o ponto de partida, os órgãos particulares de um todo diretamente conexo desprendem-se uns dos outros, decompõem-se, para cujo processo de decomposição o intercâmbio de mercadorias com comunidades estranhas dá o impulso principal, e se autonomizam até o ponto em que a conexão entre os diferentes trabalhos é medida pelo intercâmbio dos produtos como mercadorias (MARX, 2001, p. 467).

Assim, desenvolvem-se os ofícios e os instrumentos de trabalho a eles correspondentes. Extrapolando a esfera familiar, os homens vão exercer seus ofícios nas empresas manufatureiras.

Se a empresa manufatureira apossa-se de um ofício, que até então era ligado a outros, como atividade principal ou acessória, sendo exercido pelo mesmo produtor, ocorre imediatamente uma separação e autonomização recíproca. Se ela se apossa de uma fase específica de produção de uma mercadoria,

então suas diferentes fases de produção transformam-se em diferentes ofícios independentes. Já verificamos que, quando o artigo é um todo composto puramente mecânico de produtos parciais, os trabalhos parciais podem autonomizar-se por sua vez em ofícios próprios. Para realizar mais perfeitamente a divisão do trabalho dentro de uma manufatura, o mesmo ramo de produção é, conforme a diversidade de suas matérias-primas ou das formas diferentes que a mesma matéria-prima pode assumir, dividido em manufaturas diferentes, em parte inteiramente novas (MARX, 2001, p. 468).

A partir de tal elucidação, é importante destacar, portanto, a diferenciação entre os processos de divisão do trabalho no interior de uma empresa e a divisão do trabalho na sociedade. Para Marx (2001),

A divisão do trabalho no interior da sociedade é mediada pela compra e venda dos produtos de diferentes ramos de trabalho, a conexão dos trabalhos parciais na manufatura pela venda de diferentes forças de trabalho ao mesmo capitalista, que as emprega como força de trabalho combinada. A divisão manufatureira do trabalho pressupõe concentração dos meios de produção nas mãos de um capitalista, a divisão social do trabalho, fracionamento dos meios de produção entre muitos produtores de mercadorias independentes entre si (MARX, 2001, p. 270).

Seguindo a mesma linha de pensamento de Marx (2001), Braverman (1981) ressalta a diferenciação existente entre a divisão do trabalho na sociedade (em ocupações) e a divisão de um mesmo trabalho em várias partes fragmentadas no modo de produção capitalista, o que descaracteriza o produto e o produtor. Segundo o autor,

A divisão do trabalho na sociedade é característica de todas as sociedades conhecidas; a divisão do trabalho na oficina é produto peculiar da sociedade capitalista. A divisão social do trabalho divide a sociedade entre ocupações, cada qual apropriada a certo ramo de produção; a divisão pormenorizada do trabalho destrói ocupações consideradas nesse sentido, e torna o trabalhador inapto a acompanhar qualquer processo completo de produção. No capitalismo, a divisão social do trabalho é forçada caótica e anarquicamente pelo mercado, enquanto a divisão do trabalho na oficina é imposta pelo planejamento e controle. Ainda no capitalismo, os produtos da divisão social do trabalho são trocados como mercadorias, enquanto os resultados da operação do trabalhador parcelado não são trocados dentro da fábrica como no mercado, mas são possuídos pelo mesmo capital. Enquanto a divisão social do trabalho subdivide a *sociedade*, a divisão parcelada do trabalho subdivide o *homem*, e enquanto a subdivisão da sociedade pode fortalecer o indivíduo e a espécie, a subdivisão do indivíduo, quando efetuada com menosprezo das capacidades e necessidades humanas, é um crime contra a

pessoa e contra a humanidade. (BRAVERMAN, 1981, p. 72). Grifos do autor.

Essa forma de divisão colabora com a alienação do trabalho em relação ao produto resultante de seu esforço, já que sua colaboração é parcelar e, na maioria das vezes, o trabalhador não tem ciência da totalidade do objeto produzido.

Ainda segundo esse autor, é na fase monopolista do capitalismo que esse modo de produção se apropria da totalidade das relações sociais subordinando-as ao mercado e transformando-as em mercadoria. Para ele, o capitalismo monopolista “criou o mercado universal e transformou em mercadoria toda forma de atividade do ser humano” (BRAVERMAN, 1981, p. 306), implicando mudanças sociais, econômicas, psicológicas e até mesmo afetivas. Nesse sentido, o autor destaca os “aspectos desumanizadores” do mercado universal e o “confinamento de amplo segmento da população ao trabalho degradado” (BRAVERMAN, 1981, p. 239).

Portanto, na sociedade burguesa e no modo capitalista de produção – modo esse que pressupõe como cerne de sua organização a divisão entre proprietários dos meios de produção e aqueles que possuem apenas sua própria força de trabalho, ou seja, entre capitalistas e trabalhadores – o trabalho deixa de ser algo satisfatório ao homem.

Nessa forma de organização da sociedade, o capitalista possui os meios de produção e adquire matérias-primas necessárias à produção de novas mercadorias. Marx (2001) entende mercadoria como um objeto cujas propriedades satisfazem necessidades humanas por meio de seu valor de uso (mensurado qualitativamente, se refere à utilidade da mercadoria) e que é transferida de um proprietário ao outro através de seu valor de troca (mensurado quantitativamente, referente à quantidade de tempo que o trabalhador gasta para produzi-la). Segundo Lefebvre (1997), a mercadoria é a forma assumida pelo trabalho material, é a materialização do trabalho enquanto conteúdo e movimento dialético e não se destaca dele.

No entanto, para efetivar a produção de mercadorias, é necessário trabalho humano. Assim o capitalista compra, como qualquer outra mercadoria, a força de trabalho do trabalhador, único bem que esse último possui, o que vai lhe possibilitar produzir novas mercadorias.

O trabalho, porém, através desse processo de compra e venda da força de trabalho, passa a ser identificado como uma coisa, como um bem. As mercadorias produzidas pelo trabalhador deixam de lhe pertencer, assim como sua própria força de trabalho.

A utilização da força de trabalho alheia é um dos fatores que contribui para a não identificação trabalho/trabalhador. O homem é explorado e expropriado de si mesmo. Dessa forma, abre-se espaço para que a alienação se instaure nas relações sociais. A alienação, portanto, enquanto fenômeno histórico, faz-se presente não apenas na esfera do trabalho, mas se alastra para o cotidiano social. Netto e Braz (2007) afirmam que

Conforme as condições histórico-sociais em que se realiza (vale dizer: conforme as estruturas sociais em que se insere a atividade dos homens), a práxis pode produzir objetivações que se apresentam aos homens não como obras suas, como sua criação, mas, ao contrário, como algo em que eles não se reconhecem, como algo que lhes é estranho e opressivo. Em determinadas condições histórico-sociais, os produtos do trabalho e da imaginação humanos deixam de se mostrar como objetivações que expressam a humanidade dos homens – aparecem mesmo como algo que, escapando ao seu controle, passa a controlá-los como um poder que lhes é superior. Nessas condições, as objetivações, ao invés de revelarem aos homens como a expressão de suas forças sociais vitais, impõem-se a eles como exteriores e transcendentais. Numa palavra: *entre os homens e suas obras, a relação real, que é a relação entre criador e criatura, aparece invertida – a criatura passa a dominar o criador*. Essa inversão caracteriza o fenômeno histórico da **alienação** (NETTO, BRAZ, 2007, p. 44). Grifos dos autores.

Martins (1991), baseado nos Manuscritos Filosóficos de 1844, caracteriza quatro níveis concomitantes de alienação. Ele inicia tal caracterização atentando para o fato do destaque dado às mercadorias, que ofusca o homem que a produz. Na sociedade burguesa, a importância da coisa se sobrepõe ao reconhecimento do produtor.

Além disso, outro nível de estranhamento destacado pelo autor refere-se ao fato do trabalhador não se reconhecer em seu trabalho, não tendo tal atividade como sua. Além de o trabalho materializar-se como atividade degradante ao homem, os sentimentos de não-identificação e de não-pertencimento se devem, muitas vezes, ao fato do trabalho ser parcializado, repetitivo e automático, além de não ser realizado para si, para satisfazer uma necessidade sua, mas para o outro que o explora, como citado anteriormente.

E daí advém o terceiro nível, que diz respeito à produção realizada por um homem, destinada e comandada por outro, pelo capitalista. Essa relação apresenta-se como uma forma de dominação, em que o trabalhador é coagido a vender sua força de trabalho àquele que possui os meios de produção e o montante necessário para comprá-la. Assim, como afirma Martins,

A relação de um homem consigo mesmo, portanto, expressa também as relações que ele mantém com outros homens. Mais uma vez, não cabe aqui a ideia de um sujeito autônomo: mais acurado é discernir a **intersubjetividade** que lastreia as relações humanas. O sujeito encontra sua referência não só em sua atividade mas também nos outros homens. Quando ele está mergulhado no estranhamento, quando ele não se reconhece nem naquilo que faz nem no transcurso deste fazer, vamos encontrar a dura contrapartida disto nas suas relações intersubjetivas prevaletentes. É como face a um **oponente** que o trabalhador se defronta com o dono dos meios de produção e, em vários casos, também com os outros trabalhadores postos numa situação de competição (MARTINS, 1991, p. 28) Grifos do autor.

Nessa relação de oposição que se esgarça na sociedade burguesa, não apenas o trabalhador repele o capitalista (e o contrário), mas também os próprios trabalhadores não se reconhecem um na figura do outro; não há reconhecimento de uma figura comum, de uma unidade. A individualidade então contribui com o processo de estranhamento do ser, já que não há identificação nem com seus semelhantes, encontrando-se aí, o quarto nível explicitado pelo autor.

Dessa forma a atividade (consciente), característica fundante do homem enquanto ser social, encontra em sua forma alienada de trabalho uma contradição que a modifica, perdendo, assim, seu caráter afirmativo. Em se tratando da utilização como base de um texto de Marx, desmitifica-se, pois, a noção de que o mesmo exalte o trabalho sem caracterizá-lo especificamente.

Eis então que Marx, acusado por seus críticos de haver incorrido numa “glorificação do trabalho”, de haver ingenuamente suposto que pelo desabrochar do ato laboral chegar-se-ia a algo semelhante a uma redenção da humanidade, precisamente Marx, quando se examina melhor seus textos, apresenta-se-nos como um crítico contundente do **Arbeit**, do trabalho realizado sob pressão de necessidade. O que é positivado pelo autor é a atividade **consciente**, que permite a expansão da vontade e não abdica da interação com segmentos mais diferenciados da realidade (MARTINS, 1991, p. 29) Grifos do autor.

Martins explicita que “o homem é uma atividade, como nos diz Marx, é um ser que ultrapassa sua origem natural e devém como consciência ao longo da história (...) um ser que

experimenta como necessidade a interação com objetos sensíveis, reais” (MARTINS, 1991, p. 14). Afirma que para Marx, a “essência humana” se transforma; constitui-se, constrói-se e desconstrói-se ao longo da história e depende de determinações objetivas.

O ser se constitui através das relações objetivadas na realidade, em constante interação com outros seres (objetos). Nesse sentido, a objetivação do ser é um processo que sofre modificações a todo momento, o que ocorre por meio da atividade – mediação entre homem e natureza. Por meio dela o homem, ser natural, passa a agir sobre a natureza, torna-se um ser ativo.

(...) o homem é entendido, num primeiro momento, como **parte da natureza** (...). Mas ocorre que este ser posto pela natureza tem a peculiar propriedade de interagir sobre ela e modificá-la. Estamos diante de uma importantíssima **automediação**: a natureza, através do homem (produto seu) interage sobre si mesma, sofre uma modificação. Ali de onde havia, inicialmente, apenas um mesmo, vai lentamente emergir a diferença, uma separação entre objetividade e subjetividade (subjetividade: tudo aquilo que cabe ao **homem** e à sua ação, uma ‘determinação do sujeito’, como vimos anteriormente). E o homem, agora parte distinta da natureza originária, não para de se automediar. Ele simultaneamente transforma a natureza (e é transformado por ela), a si mesmo e a seus semelhantes: a atualização contínua deste mediador de primeira ordem, a **atividade** (que medeia a relação entre sujeito e objeto) provoca uma história em aberto que vai se fazendo. Distingue a atividade humana daquela desenvolvida por outros seres o fato dela ser **consciente**, esta é talvez sua determinação mais específica (MARTINS, 1991, p. 20, 21).

Esclarecida tal questão, é possível pensar no trabalho enquanto atividade, que embora degradada, foi constituindo-se também ao longo da história. O trabalho é fruto de processos e transformações humanas. Tais processos, como já referido acima, constituem-se de objetivações e subjetivações. Ambas não podem separar-se, já que o homem é sensível à natureza e só age (objetivamente) sobre ela a partir de determinada percepção. Ou seja, apesar da alienação do trabalho, o homem continua a ter sua percepção. A questão é: como ocorre essa percepção? De que forma se dá a construção dessa subjetividade?

A ideia aqui defendida é a de que a subjetividade se constitui processualmente e sua produção é histórica. A capacidade de subjetivação do sujeito é historicamente produzida, refletindo seu meio, suas experiências. É produto de mediações objetivas e subjetivas. Dessa forma, pode-se desenvolver a constatação de que as condições objetivas são determinantes da produção da subjetividade do sujeito.

A partir da compreensão desse processo, Martins (1991) explicita que

Nesse sentido, tem-se uma subjetividade desabrochada quanto maior é o campo das relações objetivas no qual ela é capaz de se expressar. Vemos então que o devir da atividade não transforma apenas o mundo objetivo, ele também constrói uma nova interioridade, que comporta os sentidos humanos modificados (MARTINS, 1991, p. 36).

No entanto, percebe-se que as condições objetivas vivenciadas pelos sujeitos são desiguais, fazendo com que o leque de possibilidades de desenvolvimento da subjetividade dos diversos atores sociais seja diferenciado. Isso porque a sociedade burguesa em seu ordenamento atual, apesar de ter se desenvolvido a ponto de criar possibilidades de ampliação das faculdades humanas, do usufruir de rica subjetividade, restringe sua produção a determinados conjuntos de homens, ao passo que a degradação objetiva de uns (que vai gerar consequências na constituição subjetivas desses) é o que propicia a expansão e gozo de outros. Como será explicitado mais adiante, o desenvolvimento das forças produtivas em si não é algo pernicioso, mas o é o modo como são utilizadas, subordinando homens às máquinas e a outros homens e seus interesses. Nesse sentido é possível afirmar que o trabalho alienado torna o homem estranho a seu meio, não possibilitando que o trabalhador desenvolva plenamente sua subjetividade, restringindo-o, privando-o.

Pode-se afirmar, portanto, que o ciclo de produção de necessidades humanas por meio do desenvolvimento do trabalho (relação homem – natureza) modifica-se no capitalismo e o trabalho enquanto atividade constituinte da natureza humana se descaracteriza.

A partir do momento em que todos os bens produzidos tornam-se mercadoria, expande-se o setor de serviços – que também se traveste em mercadoria. Assim, para além da “invenção” de novas necessidades, forja-se a dependência desse setor, cada vez mais indispensável às necessidades criadas pela vida moderna e descaracterizador da produção humana em sua totalidade.

Logo, afere-se que os mecanismos de exploração encontram-se presentes nos diversos setores da economia, abrangendo tanto a produção quanto os serviços. Em ambos os setores o trabalho alienado contribui com a restrição do desenvolvimento da subjetividade humana, reforçando que a divisão entre “Capital x Trabalho” não se efetiva apenas na esfera econômica, mas abarca e constitui as esferas social, cotidiana e a esfera subjetiva do sujeito social.

1.2 Trabalhadores Flexíveis

A partir do entendimento de que as condições objetivas são determinantes da produção da subjetividade do sujeito, faz-se necessária, para o desenvolvimento deste trabalho – que busca compreender as relações entre juventude e trabalho, assim como os impactos do primeiro para essa geração – a caracterização do meio em que se encontram esses jovens trabalhadores.

O trabalho, para além de seu caráter universal, possui particularidades e singularidades que determinam situações diferenciadas de seu exercício. No setor de serviços, resguarda características que lhe são próprias e, no caso dos restaurantes de comida rápida, demonstrar-se-á, inclusive, que há um misto de produção e serviço no mesmo espaço.

As formas de produção diferenciam-se em cada período histórico, assim como nas diferentes sociedades. A partir da crise dos anos 1970, o capital necessita de estratégias inovadoras a fim de reconfigurar sua base de produção diante de sua crise estrutural que, nesse contexto, se manifesta na forma de superacumulação. Encontra na acumulação flexível² – novo padrão de acumulação capitalista – uma alternativa para a superação da crise e a continuidade, tanto do processo de acumulação do capital, quanto de exploração da força de trabalho.

Alves (2011), apoiado em discussões realizadas por Harvey (1989), Chesnais (1996) e Mészáros (2002) afirma que “o regime de acumulação flexível tende a debilitar o mundo do trabalho, promovendo alterações importantes na objetividade (e subjetividade) da classe dos trabalhadores assalariados” (ALVES, 2011, p. 12).

O toyotismo, regime aqui identificado como “acumulação flexível” (assim denominado por Harvey) surge no Japão na década de 1950. Também conhecido como “modelo japonês”, tem sua expansão com o processo de mundialização do capital, após a crise estrutural, nas décadas de 1980 e 1990. A partir de sua universalização, algumas de suas características são adaptadas para realidades particulares, sem deixar, porém, de manter sua essência.

O toyotismo expande-se como uma necessidade do capital devido a sua crise. Contudo é importante salientar que tal necessidade não se limita apenas às condições objetivas resultantes dessa crise, mas também às transformações das relações sociais, ou seja, aos embates e confrontos entre classes sociais. Alves (2011) defende que

² A discussão sobre os processos de mundialização do capital e acumulação flexível será desenvolvida no próximo capítulo.

O valor ontológico do toyotismo para o capital *não* se vincula apenas à morfologia intrínseca adequada dos mercados restritos, mas a ser ele (o toyotismo) o resultado de um processo de luta de classes. O toyotismo é a expressão plena de uma ofensiva ideológica (e material) do capital na produção. Ele é um dispositivo organizacional e ideológico cuja *intentio recta* é buscar debilitar (e anular) ou negar o caráter antagônico do trabalho vivo no seio do capital. Por isso, o toyotismo é decorrente (ou é resultado sócio-histórico) de um processo de intensa luta de classes, em que ocorreram importantes derrotas operárias, que tornaram possível a introdução de uma nova organização social de produção (ALVES, 2011, p. 60). Grifos do autor.

Como resultado de embates políticos, a acumulação flexível se institui com suas características próprias e inovadoras, agregando modificações para além das bases organizacionais do capital, do uso das tecnologias e das formas de trabalho.

A reorganização do padrão de acumulação do modo de produção capitalista, como se sabe, leva também a mudanças no modo de regulação. Enquanto no regime de acumulação fordista-keynesiano o Estado Keynesiano dá a sustentação necessária como regime de regulação, com a reestruturação produtiva³, emergência e expansão do regime de acumulação flexível, o Estado Neoliberal firma-se enquanto regime de regulação.

Essas últimas transformações reordenam as relações de produção e, conseqüentemente, as relações sociais de reprodução e as esferas da economia política e cultural. Harvey (2010) afirma que a acumulação flexível

É marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fortalecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional. A acumulação flexível envolve rápidas mudanças dos padrões de

³ “A reestruturação produtiva do capital no século XX foi marcada pelas inovações fordistas-tayloristas que alteraram a morfologia da produção de mercadorias em vários setores da indústria e dos serviços. No campo organizacional da grande indústria, fordismo e taylorismo tornaram-se “mitos mobilizadores” do processo de racionalização do trabalho capitalista. A introdução de novos “modelos produtivos” foi lenta, desigual e combinada, percorrendo a maior parte do século XX. A produção em massa (ou o fordismo) altera de modo significativo a vida social, transfigurando as condições de produção (e de reprodução) social da civilização humana, atingindo de forma diferenciada países e regiões, setores e empresas da indústria ou de serviços. O que surge, hoje, com o novo complexo de reestruturação produtiva, cujo momento predominante é o toyotismo, é mais um elemento compositivo do longo processo de racionalização do trabalho vivo que teve origem com o fordismo-taylorismo”. (ALVES, 2011, p. 34).

desenvolvimento desigual, tanto em setores como entre regiões geográficas, criando, por exemplo, um vasto investimento no emprego no chamado “setor de serviços”, bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas (...). Ela também envolve um novo movimento que chamarei de “compressão espaço-tempo”⁴ no mundo capitalista – os horizontes temporais da tomada de decisões privada e pública se estreitam, enquanto a comunicação via satélite e a queda dos custos de transporte possibilitaram cada vez mais a difusão imediata dessas decisões num espaço cada vez mais amplo e variegado (HARVEY, 2010, p. 140). Grifos do autor.

É importante ressaltar que a acumulação flexível, cuja denominação reflete a contraposição à rigidez do fordismo, não se opõe totalmente a esse último padrão. Não há entre eles um rompimento abrupto e definitivo; as características ainda interessantes ao capital são conservadas. E ainda assim, esse processo enfrenta desafios. Dessa forma, quando o toyotismo sobrepõe-se ao modelo de Henri Ford, mantém e reordena alguns de seus traços essenciais.

O modelo japonês não se constitui, em nível mundial, como um modelo puro, mas agrega aspectos diversos de outras formas de organização de trabalho. Como já citado, acrescenta particularidades regionais, por exemplo. Além disso, associa características de modelos anteriores, como o fordismo-taylorismo. Nessa linha, Alves (2011) considera que

Tanto fordismo-taylorismo, como toyotismo, buscam fazer a utilização “científica da matéria viva, o trabalho vivo”; todos eles, em maior ou menor proporção, estariam preocupados com “o controle do elemento subjetivo” no processo de produção capitalista. Apesar de o toyotismo pertencer à mesma lógica de racionalização do trabalho, o que implica considera-lo uma “continuidade” com respeito ao taylorismo-fordismo, ele tenderia, nesse caso, a surgir como um controle de novo tipo do elemento subjetivo da produção capitalista que estaria posto no interior de uma “nova subsunção real do trabalho ao capital” (ALVES, 2011, p. 62). Grifos do autor.

Nesse sentido, pode-se afirmar que a preocupação com a subjetividade do trabalhador esteve presente nos dois modelos produtivos, mesmo que de forma diversa, sendo que uma das inovações trazidas pelo toyotismo diz respeito à participação ativa do trabalhador no processo de trabalho, que requer um profissional com iniciativa, “funcionalmente engajado

⁴ O autor desenvolve tal discussão na Parte III do mesmo livro. HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. 19. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

(política de envolvimento) à empresa, acreditando que seus interesses correm com os da firma” (MONTAÑO, DURIGUETTO, 2011, p. 201) e que, portanto, se doe para o trabalho.

As inovações tecnológicas, informacionais e organizacionais, somadas às mudanças na configuração da luta de classes no contexto pós-fordista, provocam mudanças na forma da sociedade produzir e se organizar. Tais inovações possuem intrínsecas relações uma com as outras.

A terminologia “flexibilização” utilizada por Harvey acaba, muitas vezes, por vulgarizar-se. Passando a ser utilizada por diversos autores para se referir a diferentes situações pode, por exemplo, ora dizer respeito a empresas, ora a formas de trabalho, como demonstra Alves (2011) sustentando-se na discussão realizada por Salerno (1995).

Alves afirma, no entanto, que a flexibilidade que é mais ardilosa para o capital é aquela relativa à força de trabalho. A ofensiva à legislação trabalhista, à regulação sindical e social do trabalho materializa investidas essenciais e estratégicas para a ampliação da acumulação do capital a partir da intensificação da exploração da força de trabalho, podendo ser esta considerada uma característica central da reestruturação produtiva.

Boyer (1986) – outro autor citado por Alves (2011) – resume as formas de flexibilização em cinco dimensões: a regulamentação trabalhista, a relação salarial, os contratos de trabalho, a mobilidade interna dos trabalhadores e a organização da produção.

Em relação aos contratos de trabalho, Alves (2011) exemplifica:

A possibilidade de variar o emprego (volume), os salários, horários e o local de realização do trabalho dentro e fora da empresa (por exemplo, mudança de linha dentro de uma fábrica, ou mesmo mudança entre fábricas). Ou ainda aquela relativa aos regulamentos internos, à representação sindical interna, aos sistemas de remuneração e às recompensas, etc. (ALVES, 2011, p. 17).

Para além da desregulamentação das leis trabalhistas por meio de ações do próprio Estado e suas consequências imputadas sobre os contratos de trabalho, em relação à flexibilização salarial, pode-se afirmar que empresas apostam cada vez mais no investimento em componentes salariais indiretos e que podem ser suspensos indiscriminadamente. Gratificações e bônus por merecimento e destaque, por exemplo, são instrumentos que, para além de flexibilizarem o incremento salarial, incentivam a iniciativa, a competição e o individualismo dos funcionários, ou seja, influenciam diretamente – e de forma negativa – o processo de conscientização de classe.

Em relação à mobilidade interna dos trabalhadores e à organização da produção, o toyotismo defende a ideia que os trabalhadores devem estar preparados para assumir diferentes postos, áreas e funções. Dessa forma, muitos não possuem estabilidade de função, ficando submetidos à demanda e necessidade da empresa, tornando-se polivalentes. O fato de os trabalhadores serem designados para exercer tarefas diferenciadas, porém, não significa que os mesmos tenham mais qualificação. O fato de simplesmente se ampliar o leque das atividades por eles executadas não leva ao aprimoramento do conhecimento. Pelo contrário, esses trabalhadores se tornam cada vez mais “desespecializados”.

No que diz respeito à organização dos processos de trabalho, sua forma passa a ser direcionada para responder a necessidades específicas, podendo ser reestruturada a fim de satisfazer novas configurações.

Em meio à discussão que compreende a acumulação flexível, faz-se necessário localizá-la enquanto um componente essencial para a compreensão dos aspectos relativos ao mundo do trabalho nos dias atuais. No entanto, para além dessa peça chave para a acumulação do capital, deve-se ressaltar também o movimento de mundialização do capital e a hegemonia neoliberal.

A justaposição entre a hegemonia neoliberal, a acumulação flexível e a mundialização do capital fez com que a ofensiva do capital sobre o trabalho se revigorasse e levasse as relações de produção e reprodução social a novas configurações.

Para Netto e Braz (2007), “o capitalismo contemporâneo particulariza-se pelo fato de, nele, o capital estar destruindo as regulamentações que lhe foram impostas como resultado das lutas do movimento operário e das camadas trabalhadoras” (NETTO, BRAZ, 2007, p. 225). Os autores afirmam como primeiras vítimas da ofensiva do capital sob o conjunto ideológico que compõe o neoliberalismo as regulamentações das relações de trabalho.

Assim, a subordinação do trabalho ao capital, presente em todas as formas sociais e históricas de capitalismo é intensificada, nesse momento, por meio dessas novas estratégias do capital. Alves (2011) afirma que, nesse movimento, se destaca a subsunção da subjetividade do trabalhador às classes dominantes.

O toyotismo possui, em sua centralidade, regras e normas que extrapolaram o setor industrial, sendo também amplamente utilizadas e defendidas no setor de serviços. Alves (2011) afirma, inclusive, que tais preceitos são utilizados também na administração pública, o que, na verdade, não é de se estranhar, já que o Estado cada vez mais se vê atrelado à lógica do mercado.

É interessante observar ainda que os princípios desse padrão de acumulação são disseminados para além da esfera de produção e incorporados à esfera de reprodução das relações sociais e ao cotidiano dos trabalhadores. O toyotismo se faz sensível no corpo e na mente dos trabalhadores e se instaura para além da objetividade social, abarcando a subjetividade dos sujeitos sociais.

Dentre os corpos e mentes ambicionados estão aqueles que compõem a juventude. E daí a necessidade de compreender as estratégias utilizadas pelo capital, ávido pela captura da subjetividade dessa geração.

1.3 Geração

A condição geracional é um aspecto que particulariza e localiza o sujeito social na sociedade. A juventude, com suas características próprias enquanto geração, vai sofrer influências específicas da ofensiva do capital, que forja estratégias a fim de se apropriar de seu corpo, de suas relações sociais e de sua subjetividade.

Para a compreensão dos mecanismos direcionados ao que Alves (2011) denomina “captura da subjetividade”, faz-se necessária a realização de uma breve discussão sobre juventude que, por sua vez, só pode ser apreendida devidamente quando localizada no âmago do debate a respeito de geração. Devem-se considerar questões históricas, econômicas, sociais e culturais para que não se caia em generalizações, preconceitos ou caracterizações impressas no senso comum.

No Brasil, o debate sobre juventude, enquanto categoria sociológica e amparado na discussão de geração, emerge com os estudos de Marialice Foracchi, autora de grande relevância e que se destaca na discussão sobre o tema em seu tempo. É nas décadas de 1950 e 1960 que começam a ser desenvolvidos estudos sobre a juventude no país. Além de pioneira no debate, sua produção ainda hoje é considerada relevante para a apreensão acerca da condição juvenil.

Os estudos de Foracchi possuem centralidade na ação política dessa geração, já que essa era uma característica que se destacava nas décadas vivenciadas pela autora. Em sua obra *A Juventude na Sociedade Moderna* (1972), apresenta o Movimento Estudantil como principal espaço em que se expressou a atividade de contestação juvenil. Abordando

prioritariamente esses jovens em seus trabalhos, sua produção concentra-se em torno da juventude que fazia parte da classe média de então.

A autora discorre sobre a passagem das iniciais reivindicações universitárias para a expansão das demandas juvenis da época, que extrapolam os muros das universidades e empreendem críticas ao governo, assumindo oposição ao regime que limitava os direitos políticos. Pode-se considerar, portanto, que “a emergência da juventude como categoria histórica e social que repudia soluções formais, valorizando a imaginação é uma questão que perpassa a sociedade”. (CAPUCHINHO, ROSA, 2008, p. 36).

Foracchi (1972), em análise sócio-histórica da geração jovem da década de 1960, afirma que essa se caracteriza por um ato de contestação que nega a condição adulta da forma como a sociedade lhe impõe. A autora entende que a

juventude expressa o acúmulo das características das diferentes gerações anteriores, assinalando, assim, uma fase de crise, em que o indivíduo irá manifestar seus anseios na sociedade. A maneira como o jovem será absorvido pela sociedade em sua condição adulta é que determinará a intensidade dessa crise (CAPUCHINHO, ROSA, 2008, p. 36).

É importante salientar a compreensão de Foracchi de que, apesar de a idade demarcar a existência humana, não é esse o único fator que caracteriza uma geração. As gerações são diferenciadas por meio de suas peculiaridades e sua forma de vida particular vivenciada em determinada situação histórica. Do mesmo modo, pode-se afirmar que as respostas dadas pelos jovens à sociedade estão também sujeitas a determinações históricas, o que deve ser ressaltado quando se pensa a juventude das décadas de 1960 e 1970 e a da década atual.

Para localizar suas argumentações na categoria geração, a autora apropria-se da concepção do sociólogo Karl Mannheim. Se é possível considerar Foracchi pioneira dos estudos da sociologia da juventude no Brasil, Mannheim o é em nível mundial.

O sociólogo defende que as gerações não são determinadas por intervalos regulares e precisos, mas sim por condições sociais associadas a condições históricas. Compreende geração como uma categoria sociológica, cuja dimensão histórica e peculiaridades relacionadas aos distintos processos sociais vivenciados pelos sujeitos devem ser consideradas.

Dessa forma, para Mannheim (1982), quando se pensa em gerações, para além das expressões físicas e biológicas, as situações sócio-históricas devem também ser consideradas.

A geração é entendida como uma situação comum de vários atores em uma estrutura social que constituem uma relativa unidade em relação às pressões e possibilidades de ganho resultantes dela. Não é uma adesão que ocorre de forma consciente e voluntária, mas uma condição que existe *a priori*, exterior e anterior ao indivíduo.

Segundo o autor, o que caracteriza a posição comum dos sujeitos que nasceram em uma mesma época é a possibilidade de vivenciar experiências semelhantes, ter a possibilidade de assistir aos mesmos acontecimentos, o que faz com que a compreensão dos fatos vividos e presenciados tenham mais chances de serem interpretados sob olhares que se assemelham.

O autor acredita que entre as gerações não há um rompimento abrupto ou uma dicotomia, mas que, apesar das diferenças, haveria um caráter contínuo nas mudanças geracionais.

A similaridade de características que conformam os sujeitos de determinada geração não a torna um conjunto coeso e homogêneo, porém as características que os unem devem ser consideradas atentamente. Os estudos de Mannheim possibilitam ultrapassar a noção de juventude enquanto uma categoria única, já que reconhece suas particularidades. Contudo, ressalta que não é por meio da estratificação de determinada geração que se deve pensá-la, mas sim, para além de suas características singulares, ou seja, apreender quais são aquelas particularidades que a caracterizam como grupo, como geração.

Essa análise deve estar sempre apoiada na conjuntura histórica, política e social na qual esses sujeitos se inserem, assim como é imprescindível considerar as vivências particulares que irão determinar especificidades de cada grupo que constitui a geração.

A partir da produção de Mannheim (1968) e com base nos estudos de Foracchi (1972), pode-se entender geração como um conjunto de sujeitos sociais que possuem um estilo de ação característico. Mudanças biológicas caracterizam gerações, porém sua compreensão deve ultrapassar tais determinantes. O conceito deve ser entendido como uma “localização social comum”, o que não necessariamente o identifica com um grupo, muito menos com uma determinada classe. Por localização social comum entende-se o território ocupado na vida social, assim como experiências de vida particulares e oportunidades de trabalho, por exemplo.

Assim, embora diferentes gerações estejam inseridas em uma mesma realidade, há uma “estratificação diferencial da vida” entre o jovem e o adulto, justamente devido à localização social. Os jovens compartilham experiências de vida comuns que, diferenciando-se das vivenciadas pelos adultos em determinado contexto, possibilitaram a emergência de formas e estilos de atuação característicos de uma geração.

No debate sobre gerações é comum a emergência da discussão acerca da existência de conflitos. Conflitos que se caracterizam, muitas vezes, por atos de contestação juvenis que negam a forma como a sociedade lhes impõe a vida adulta.

A juventude é a fase da vida em que o sujeito se insere efetivamente na vida em sociedade, em que passa a compreender melhor suas determinações. Nesse momento “ela se defronta, pela primeira vez, com o caos de valores antagônicos” (MANNHEIM, 1968, p. 95) e se depara com as incoerências do sistema social. A identificação dessas contradições gera o conflito entre gerações, que não necessariamente se dará de forma agressiva ou violenta. Para Capuchinho e Rosa (2008),

Pode-se afirmar que o conflito de gerações é acentuado pela falta de integração entre elas e que, no caso específico dos jovens, tal conflito se dá devido ao fato de a sociedade não compreender essa fase de contestação, ao mesmo tempo em que não dá condições que contemplem os anseios desses jovens. (...) A negação desse conflito gera uma imagem de estagnação na medida em que não abre espaço para o jovem construir seus valores baseando-se na sua realidade (CAPUCHINHO, ROSA, 2008, p. 36).

Nesse processo, valores são questionados e alguns deles superados, enquanto outros permanecem como constituintes do processo histórico. Ou seja, o movimento impulsionado pelos conflitos colabora com o desenvolvimento e com os movimentos tanto de renovação quanto de solidificação da sociedade.

A juventude enquanto fase de experimentação e construção do sujeito vai proporcionar vivências importantes aos atores sociais, vivências essas que vão influenciar a construção da subjetividade desses indivíduos, tanto em sua individualidade quanto na coletividade.

1.4 Juventude: Categoria Sociológica

A partir da compreensão do que se entende por geração e de que, devido à “localização social comum” de seus indivíduos, torna-se possível que seus componentes vivenciem experiências semelhantes que podem dar origem a um estilo peculiar da geração, deve-se agora compreender a juventude e sua concretização enquanto geração.

A noção de juventude é uma construção histórica, social e cultural. O reconhecimento dessa etapa da vida enquanto geração é algo relativamente recente, considerando-se que “a

primeira metade do século XX é aquela em que se dá o ápice da grande invenção da juventude” (CASSAB, 2001, p. 75).

Como categoria construída, os jovens do sexo masculino foram os primeiros a ter o direito de vivenciar essa geração. Além do recorte de gênero, a juventude foi inicialmente uma fase que apenas poderia ser vivenciada por jovens de determinadas classes. Enquanto os jovens das classes médias e altas tinham direito à moratória social, aos jovens da classe trabalhadora o dever da responsabilidade e do trabalho os fazia saltar da infância diretamente para a idade adulta.

Afere-se, pois, que a juventude, inicialmente, não era vivenciada por moças ou pela classe trabalhadora⁵. Ainda hoje, inclusive, é possível afirmar que para esses extratos populacionais a vivência da juventude é bastante restrita.

Assim como foi evidenciado na breve discussão apresentada sobre a compreensão do que se entende por geração, reforça-se aqui que essa categoria deve ser apreendida a partir da experimentação de determinada particularidade socioespacial, temporal e em sua condição de classe. Dessa forma, quando se debate juventude é essencial que a discussão a localize no interior de determinada classe social, considerando suas origens e os contextos histórico, social e cultural vivenciados pelos sujeitos que a compõem.

No Brasil, a produção sociológica sobre juventude inicia-se nas décadas de 1950 e 1960, sendo que Foracchi é considerada a autora que marca o período de emergência do debate no Brasil. Quando discute geração, Foracchi (1972) afirma que a existência humana possui características próprias no que diz respeito à idade e que, dessa forma, cada etapa corresponderia à determinada geração. Ressalta, porém, que a diferença e a distância entre cada geração não se referem apenas à idade, mas também ao estilo particular de vida que lhe corresponde.

Nesse sentido, Groppo (2000) afirma que a juventude terá características diversas de acordo com cada época e sociedade, assim como pelas distintas experiências vivenciadas.

É importante observar que, desde a emergência do debate sobre juventude até os dias atuais, as concepções do que seria essa geração e as ações a ela direcionadas vão se modificando, de acordo os interesses em disputa em cada contexto. É interessante, portanto, relacionar aqui brevemente o desenvolvimento dos pensamentos e ações direcionados à juventude desde meados do último século.

⁵ No livro *Jovens pobres e o futuro: a construção da subjetividade na instabilidade e incerteza* (2001), Cassab apresenta o percurso histórico do surgimento e reconhecimento da noção de juventude.

Na década de 1950 o país vivia a era da modernização. Os processos de urbanização e industrialização e a perspectiva do desenvolvimentismo de então influenciaram o Estado a apoiar iniciativas que objetivavam a formação da juventude visando sua inserção no mercado de trabalho. Para Cassab et al (2008),

Se forem levados em conta os sistemas educativos formais na América Latina, constata-se que a partir desse período há um esforço para a expressiva incorporação dos jovens no ensino primário e médio, para a formação de um operariado fabril urbano, treinado para a produção fordista (CASSAB, 2008, p. 04).

Ou seja, o interesse pela incorporação dessa geração ao sistema produtivo direciona ações estatais de incentivo a políticas educacionais. Ao mesmo tempo, ações destinadas ao controle (por meio de medidas penais e repressivas, estigmatizando o jovem pobre urbano) e ao amparo de parte dessa geração também eram executadas pelo governo.

Nas duas décadas subsequentes o Brasil se encontrava sob duro regime militar. Devido ao contexto histórico, político e social vivenciado na época, as ações direcionadas aos jovens pautavam-se principalmente em intervenções de controle e repressão. Cassab et al (2008) afirmam que

Em meio à emergência desse regime repressivo esvaziou-se o campo dos direitos e das demandas sociais, que quando expressas publicamente eram tratadas exclusivamente como casos de polícia. No Brasil as ações para os jovens atendiam um objetivo expresso de controle e repressão, a criação da Fundação Nacional do Bem Estar do Menor – FUNABEM – em 1964 seguia essa orientação (CASSAB, 2008, p. 04, 05).

Ao mesmo tempo, foi nas décadas de 1960 e 1970 que os jovens, incorporados ao sistema educacional e podendo visualizar as contradições do sistema, mais se mobilizaram. Estudantes universitários – oriundos da classe média e da burguesia – associados a organizações sindicais, encamparam mobilizações populares.

Assim, a postura juvenil revolucionária e questionadora, principalmente entre os jovens universitários, é a que se destaca nesse período de repressão da ditadura militar, como afirma Foracchi (1972). Em resposta, o Estado, que antes direcionava suas ações repressivas

apenas aos filhos da classe trabalhadora, passa a executá-las também aos jovens das classes médias.

Conhecida como “década perdida”, os anos 80 foram marcados por altos índices de endividamento e inflação. O governo democrático, fruto também de mobilizações ocorridas nessa década, emerge nesse contexto assolado pela recessão econômica e com a necessidade de responder à ampla demanda social.

A juventude, assim como as outras gerações, é atingida pela crise econômica que aumenta a pobreza e restringe as oportunidades de inserção no mercado de trabalho. Essa década torna-se um período de “invisibilidade juvenil” (CASSAB, 2009), fazendo com que as produções sociológicas relativas a essa geração tornem-se escassas.

Assim, pode-se afirmar que da década 1950 até os anos 1980, dois estigmas comumente foram utilizados para caracterizar a juventude. Aos jovens advindos da classe média era atribuído o caráter revolucionário, já os filhos dos trabalhadores pobres eram caracterizados como marginalizados e delinquentes.

Na década de 1990 é que diversos pesquisadores passam a dedicar seus estudos à juventude, momento em que, inclusive, começam os investimentos em políticas destinadas a essa geração. O enfoque dessas políticas estava na incorporação desse segmento à vida produtiva, inclusive com incentivo internacional, devido às consequências da estagnação e crise vivenciadas na década anterior.

Com a ofensiva neoliberal as formas de atuação dos jovens também se modificam e, ao contrário daqueles das décadas de 1960 e 1970, os jovens dos anos 1990 passam a se expressar por meio de ações que se pautam pela solidariedade e responsabilidade social. Relacionam-se também com a cultura como forma de afirmação.

Permanecem, contudo, os estereótipos que caracterizam negativamente a condição juvenil, como a do jovem perigoso associado à criminalidade urbana (que tem como alvo primordial os jovens da periferia).

É, portanto, a década de 1990 o marco da emergência de políticas públicas para juventude, assim como da implementação de programas que têm como principais atores de suas atividades os próprios jovens. A produção sociológica da época retrata esse movimento de ações e prioridades no que toca à juventude, sendo em grande parte relacionadas à violência, políticas de prevenção e controle, assim como a esfera educacional.

Dessa forma, uma relevante problemática em relação a tais políticas é que elas se apoiam muito mais em imagens projetadas sobre a juventude do que propriamente em suas demandas reais. Ou seja, imagens e ideias presentes no senso comum extrapolam esse espaço

e ocupam lugar de destaque nos programas direcionados a essa geração, colaborando para que eles não se concretizem em resultados realmente positivos para a juventude e para a sociedade como um todo.

Ainda na década de 1990, formula-se e difunde-se amplamente o conceito de protagonismo juvenil, que compreende os jovens como sujeitos de suas próprias ações. O *empoderamento* “se trata, nesse caso, além de apenas conferir cada vez mais poder aos atores, assumir o poder da ação desses atores” (IULIANELLI, 2003:59). Entretanto, pode-se entender o “empoderamento” como uma forma de diluir a perspectiva de consciência de classe, retirando do Estado, cada vez mais, sua responsabilidade sobre as manifestações da questão social⁶. Ou seja, o “empoderamento”, que nesse caso incentiva o empreendedorismo sob uma perspectiva individualizante de “emancipação”, está calcado na perspectiva liberal que, por meio da instauração do neoliberalismo, se firma no país nessa década.

Nos anos 2000 ocorre um aumento do volume das produções sobre juventude. Embora muitas vezes a literatura se refira aos jovens pobres, não há recorte de classe. Destacam-se ainda os estereótipos relacionados à condição juvenil como a rebeldia, irresponsabilidade, violência, marginalidade. Os jovens, que são mais vítimas do que autores de crimes e violência, são frequentemente apontados como protagonistas dessas situações.

Além dessas concepções negativas relacionadas à juventude, destaca-se nos últimos anos também a produção que relaciona a geração a seus meios e sociabilidades, como movimentos culturais, esportes e as vivências juvenis.

Recentemente os jovens têm se destacado por ações políticas por eles encampadas. Embora não estejam vinculados a instituições tradicionais, como partidos, sindicatos, estão atuando por meio de novas formas de se fazer política. Muitas das iniciativas juvenis, porém, não se relacionam com a totalidade das relações sociais.

Retornando à década de 1990, período em que a produção sociológica sobre juventude começa a se expandir, a fim de buscar uma definição para essa geração, é importante apresentar a compreensão de juventude que se destaca a partir daí. É relevante destacar ressaltar, inclusive, que diversos autores se utilizaram das produções de Mannheim e Foracchi no desenvolvimento de seus estudos.

No momento de expansão das discussões sobre juventude, essa geração passa então a ser entendida como “construção social” (PAIS, 1993), sendo considerada em suas

⁶ Entende-se aqui questão social como o conjunto de expressões das desigualdades da sociedade capitalista, que tem sua gênese na contradição existente entre o caráter coletivo da produção, contraposto à apropriação privada do resultado desse trabalho (IAMAMOTO, 2008a). Essa é uma contradição fundamental do capitalismo, ou seja, a questão social é indissociável da sociedade burguesa.

diferenciadas facetas e a partir do reconhecimento de que não existe uma única forma de ser jovem, assim como não há uma única forma de transição para a vida adulta.

Nesse sentido, Dayrell (2003) discute a concepção de juventude a partir de seus constituintes históricos e culturais, entendendo que ela “é ao mesmo tempo, uma condição social e um tipo de representação” (PERALVA, 1997 *apud* DAYRELL, 2003, p. 41).

Sposito (2003) afirma que essa geração compreende uma faixa etária intermediária entre a infância e a idade adulta, reconhecendo, contudo, a existência de várias juventudes em decorrência do pertencimento a diferentes classes sociais, às relações de gênero, ao estilo de vida, ao lugar de origem, dentre outros determinantes.

Assim, apesar de se constituir no momento em que mudanças físicas e psicológicas despontam no sujeito social, em cada sociedade essas transformações terão significados e impactos particulares, dependendo das realidades vivenciadas, condições culturais, históricas e sociais. Ou seja, é um produto histórico que se transforma, assim como a própria sociedade e suas instituições.

Nessa mesma linha de pensamento, Regina Novaes (2003) parte do pressuposto de que geração não pode ser definida apenas cronologicamente, visto que é necessário considerar determinados marcos culturais de uma época. A autora afirma que duas condições são fundamentais para a definição de juventude, a natureza biológica e a existência de várias juventudes que convivem num mesmo tempo, no mesmo espaço social (sempre reconhecendo suas particularidades em decorrência do pertencimento a classes sociais distintas, das relações de gênero, do estilo de vida, de local em que habitam).

Corroborando esse pensamento, Pais (1993) afirma que a juventude pode ser tomada tanto como um conjunto social caracterizado principalmente pela fase da vida quanto um conjunto social caracterizado por jovens em situações sociais diferentes entre si. Nesse sentido, faz uma interessante análise quando interpreta que praticamente pode-se dizer que a juventude apresenta-se ora como um conjunto aparentemente homogêneo – quando comparada a outras gerações – ora como heterogêneo – se examinados os atributos sociais que diferenciam os jovens uns dos outros.

Assim, apesar de seu principal atributo ser o de sua constituição por indivíduos pertencentes a uma determinada fase da vida, as trajetórias juvenis devem ser encaradas como movimento e processo. No entanto, as transformações ocorridas no período da juventude não são em seu conjunto passageiras e inconsistentes, como muitas vezes se vê difundido no imaginário social. As vivências experimentadas nessa geração vão implicar em determinados resultados para a vida adulta. Ou seja, embora a juventude se expresse durante um

determinado período, ela não se encerra em si mesma, mas carrega seu significado e sua importância durante toda a vida do indivíduo.

Além disso, carrega também sonhos e projetos de vida. Aqueles jovens que têm a oportunidade de sonhar vão procurar vivenciar seu presente de forma que possam visualizar um futuro com objetivos e idealizações realizadas. Nesse sentido, León (2009) afirma que

(...) na transição para a vida adulta por parte dos jovens, o tempo presente não é determinado somente pelas experiências acumuladas do passado do sujeito; também fazem parte dele as aspirações e os planos para o futuro: o presente aparece condicionado pelos projetos ou pela antecipação do futuro (LEÓN, 2009, p. 61).

Todo esse processo, que depende da trama de relações e condições vivenciadas pelos jovens, vai caracterizar não somente “a juventude”, mas “as juventudes”, como já se procurou demonstrar aqui. Não se pode esquecer, porém, que mesmo as diversas juventudes se cruzam no espaço social e que suas experiências interferem umas nas outras. Se a construção da juventude perpassa por vivências juvenis múltiplas e distintas, elas se entrelaçam entre si, assim como também se emaranham em meio às outras gerações. Cassab (2009) corrobora essa linha de raciocínio e defende que

As experiências dos jovens, inscrevem-se, portanto, no que podemos chamar de totalidade social, que não é um somatório de partes e relações sociais, mas são estas partes tomadas em sua dimensão contraditória e conflituosa. É assim que convergem as experiências individuais em práticas definidas em e por uma institucionalidade burguesa (CASSAB, 2009, p. 197).

A partir das concepções aqui apresentadas é que se pretende localizar a discussão sobre juventude. Embora seja possível – e em muitos casos, até mesmo necessário – se pensar em recortes etários, não será essa a ênfase dada neste estudo. No entanto, para fins metodológicos, será aqui considerado jovem aquele que se encontra na faixa etária entre 15 e 24 anos (corte utilizado pela ONU – Organização das Nações Unidas). É interessante também salientar algumas características que estudiosos, como León (2009), por exemplo, sugerem como marco da saída da juventude para a vida adulta.

Um desses fatores diz respeito à formação de sua própria família, ou seja, uma união com seu (sua) companheiro (a) ou, principalmente no caso das meninas, o nascimento de um filho. Outro elemento se refere à independência financeira que, em muitos casos, leva também o jovem a deixar a casa de seus pais. Logo, para garantir tal independência, o outro fator faz-se necessário: a inserção no mundo do trabalho.

Na discussão conceitual de juventude, um dos temas mais recorrentes registrados na literatura a partir da década de 1990 versa sobre experiências de vida dos jovens no conjunto das relações sociais, de modo a apresentar as dificuldades de inserção desse segmento, em especial dos jovens pobres, no mercado de trabalho, e de sua inserção precária. Dada a importância do debate sobre essa temática, a proposta de estudo da relação juventude e trabalho faz-se extremamente atual e relevante.

1.5 Juventude e trabalho

O trabalho apresenta-se aos jovens como uma das principais responsabilidades a serem por eles assumidas. As preocupações com questões relacionadas a essa problemática são inúmeras, vão desde o desejo de conquistar a independência financeira em relação aos pais até situações de sobrevivência.

A inserção juvenil no mercado de trabalho, porém, é um processo muitas vezes árduo. Pochmann (2008) apresenta dados relacionados a variados aspectos que dizem respeito à população juvenil e ao conjunto da sociedade brasileira. Afirma que os jovens entre 15 e 29 anos enfrentam cada vez mais dificuldades para ingressarem no mercado de trabalho e sofrem mais com o desemprego. Segundo o economista, outra grave problemática que permeia a realidade juvenil é a qualidade de suas ocupações, afirmando que 50% dos jovens ocupados entre 18 e 24 anos são assalariados sem carteira assinada e entre 25 e 29 anos, 30% ainda se mantêm nessa situação.

Segundo sistematização de dados realizada pelo Ipea que tem como base levantamento do IBGE, de janeiro a setembro de 2012 a média de jovens que compunha a população economicamente ativa – PEA – no país era de 4.019 milhões, sendo que desses 444 mil corresponderiam a jovens de 15 a 17 anos e 3.575 seriam jovens de 18 a 24 anos. Nem todos, porém, encontravam-se ocupados. Dos jovens de 15 a 17 anos a taxa de participação é de 19,3%, percentual que é progressivo com o aumento da faixa etária delimitada, alcançando a média de 69,2% entre aqueles que se situavam entre 18 e 24 no mesmo período.

É possível verificar essas informações nas tabelas 01 e 02, assim como compará-las, no período de setembro a dezembro, com as informações do ano de 2011 e com a média anual dos anos compreendidos entre 2003 e 2011.

Tabela 01 – PEA por faixa etária

PEA por faixa etária					
(Em mil pessoas)					
Período	10 a 14	15 a 17	18 a 24	25 a 49	> = 50
2003	127	616	4.073	13.041	3.272
2004	107	598	4.090	13.239	3.490
2005	64	521	3.989	13.457	3.662
2006	73	538	4.013	13.684	3.831
2007	64	496	3.986	13.964	4.025
2008	62	480	3.921	14.155	4.317
2009	95	569	3.996	12.506	4.573
2010	48	426	3.721	14.561	4.788
2011	47	447	3.630	14.718	4.866
Jan.-set./2011	49	454	3.649	14.672	4.968
2011					
Setembro	43	456	3.623	14.795	4.637
Outubro	40	428	3.636	14.810	4.897
Novembro	45	425	3.554	14.910	5.146
Dezembro	39	427	3.528	14.845	4.790
2012					
Janeiro	47	439	3.458	14.806	4.932
Fevereiro	45	420	3.528	14.871	4.933
Março	38	445	3.593	14.883	4.996
Abril	36	445	3.662	14.851	5.177
Mai	49	469	3.595	15.063	4.860
Junho	42	489	3.574	14.935	5.032
Julho	39	424	3.554	14.875	5.056
Agosto	35	412	3.553	14.979	5.260
Setembro	39	456	3.659	14.987	4.864
Jan.-set./2012	41	444	3.575	14.917	5.012

Fonte: PME/IBGE.

Fonte: IPEA, 2012

Tabela 02 – Taxa de participação por faixa etária

Taxa de participação por faixa etária
(Em %)

Período	10 a 14	15 a 17	18 a 24	25 a 49	> = 50
2003	3,5	26,0	70,2	78,5	38,0
2004	3,0	25,5	70,8	78,8	38,2
2005	1,8	22,5	69,5	78,6	38,0
2006	2,0	23,6	70,6	79,1	38,3
2007	1,7	22,1	70,9	79,7	38,4
2008	1,7	21,7	70,7	79,9	39,2
2009	1,4	19,0	69,9	80,1	39,5
2010	1,3	18,9	70,1	80,9	40,0
2011	1,3	19,7	69,6	81,0	40,1
Jan.-set./2011	1,3	20,0	69,7	81,0	40,0
2011					
Setembro	1,2	20,1	69,8	81,3	41,1
Outubro	1,1	18,6	69,7	81,2	40,8
Novembro	1,2	18,6	69,6	81,2	40,8
Dezembro	1,1	18,9	68,8	80,6	39,6
2012					
Janeiro	1,3	19,3	68,3	80,7	39,5
Fevereiro	1,3	18,5	68,7	81,1	39,8
Março	1,1	19,4	69,5	81,5	39,7
Abril	1,0	19,3	70,1	81,3	39,7
Maio	1,4	20,3	69,4	81,8	40,3
Junho	1,2	20,9	68,8	81,6	39,8
Julho	1,1	18,6	69,0	81,1	39,4
Agosto	1,0	17,9	68,7	81,6	39,9
Setembro	1,1	19,8	70,3	81,8	40,6
Jan.-set./2012	1,2	19,3	69,2	81,4	39,9

Fonte: PME/IBGE.

Fonte: IPEA, 2012

Madeira (1992) ressalta que o amadurecimento e a transição para a vida adulta se concretizam no momento em que o jovem sente garantia de sua inclusão no mercado de trabalho. No entanto, a instabilidade no trabalho apresenta-se aos jovens como fato concreto e constante, perante uma realidade de escassez de emprego, e mais do que isso, de desemprego estrutural, que se aprofunda ainda mais no contexto da mundialização do capital e da acumulação flexível, que modificam radicalmente o mercado de trabalho. Assim, a juventude muitas vezes, segundo Cassab (2010), encontra-se em situação de desvantagem na corrida por um lugar no mercado de trabalho já que possui menor experiência profissional. A autora afirma que, no caso dos “jovens pobres”⁷ residentes na periferia, a desvantagem vivenciada é

⁷ Quando se faz referência aos “jovens pobres”, é preciso explicitar o entendimento de pobreza aqui adotado. Yazbek (2001), apoiada em Martins (1991), afirma que “(...) para além desses indicadores relacionados à renda e ao usufruto de bens, serviços e da riqueza socialmente produzida, a pobreza é fenômeno multidimensional, é categoria política que implica carecimentos no plano espiritual, no campo dos direitos, das possibilidades e

ainda maior. No artigo Juventude e experimentação do tecido urbano (2013), as autoras explicitam o pensamento de Milton Santos nesse sentido:

Para o autor, a periferia leva o indivíduo a condenar-se duas vezes à pobreza, devido ao modelo econômico vigente. O capitalismo coloca em oposição as classes sociais e, conseqüentemente, limita e segrega os trabalhadores; segmenta-os por meio do mercado de trabalho e das classes sociais, e o modelo territorial corrobora na delimitação de quem se torna (ou permanece) mais pobre por morar em determinado lugar. A construção dos sujeitos sociais é profundamente marcada pelas desigualdades territoriais e a juventude é a geração que está se inserindo na vivência coletiva da sociedade e ampliando sua sociabilidade. Sendo assim, essa geração experimenta os impactos das contradições sociais de forma mais aguda (CAPUCHINHO, ROSA, 2013, p. 10, 11).

Assim, a organização espacial legítima e reforça, muitas vezes, a discrepância entre as classes já existentes. Na mesma linha de pensamento, quando se apontam os diversos mecanismos que ratificam a contraposição entre as classes sociais, Campos (2010) afirma que a maioria da população juvenil advinda de famílias de baixa renda, tem a necessidade de trabalhar e deixa os estudos precocemente. A sobrevivência determina-lhes tais escolhas e os trabalhos que lhe são destinados são os mais precarizados. Para o autor:

A análise de Corrochano *et al* enfatiza dados reveladores da condenação precoce ao trabalho. Entre os jovens que só trabalham, os mais novos são também os mais pobres. Ou seja, quanto mais pobre for a família, mais cedo o/a jovem necessita entrar no mercado de trabalho. Ele/a acaba tornando-se uma fonte de renda extra para a família, como forma de contribuir com a sobrevivência coletiva. Além disso, os que são oriundos de famílias com menores rendas abandonam mais cedo seus estudos, se comparados aos filhos de famílias com maiores rendas. Eles são obrigados, pela condição econômica da família, a dedicar integralmente o seu tempo ao trabalho (CAMPOS, 2010, p. 31).

esperanças” (YAZBEK, 2001, p. 34). Logo, refere-se a uma construção histórica e social, que não se restringe à questão da renda, mas diz respeito a condições mais amplas, como falta de acesso e oportunidades, como a ameaça aos direitos do cidadão.

Essa situação a que são submetidos faz com que o mercado de trabalho funcione como um instrumento de perpetuação de pobreza na vida desses jovens e de suas famílias. “Se a principal motivação da sua entrada no mercado de trabalho é a possibilidade de complementar a renda familiar, ‘aceita-se’ a remuneração que lhe é oferecida” (CAMPOS, 2010, p. 49), já que a renda “extra”, na realidade, é necessária à sobrevivência. O jovem pobre, portanto, fica sem meios para barganhar por melhores condições salariais e de trabalho. A necessidade de trabalho faz com que, muitas vezes, o jovem encontre-se alijado de novas oportunidades de aprendizado e crescimento, perpetuando sua condição social.

Abramo (2005) ressalta que o acesso dos jovens às oportunidades de emprego é restringido em função de características como idade, sexo, condição econômica da família e até mesmo pela região de domicílio do jovem, o que corrobora a afirmação de Cassab (2010). Isso porque, além dos estereótipos relacionados à renda e ao pertencimento de classe, algumas regiões são estigmatizadas com o signo da violência, o que prejudica os jovens moradores de suas áreas.

A inserção da juventude no mercado de trabalho apresenta-se, portanto, como uma situação dramática para os segmentos mais vulneráveis dessa população, agravada em casos em que os jovens sofrem pela falta de acesso. Campos (2010) afirma que

Percebemos um nítido recorte a partir da origem de classe dos jovens brasileiros. Em geral, todos enfrentam dificuldades ao entrar no mercado de trabalho. Entrar no mercado de trabalho não significa garantir uma ocupação; é colocar à venda sua força de trabalho por determinado tempo. A maioria dos jovens que se coloca à disposição não conseguem vender sua força de trabalho, contribuindo, dessa forma, com a elevação das taxas de desemprego. Entre os que têm origem em famílias pobres, a maioria apenas trabalha e não estuda, possui ensino fundamental incompleto e recebe rendimentos médios inferiores a 1 salário mínimo. Como consequência de sua origem social, essa maioria está submetida a um padrão de inserção ocupacional absolutamente desfavorável, superdimensionando os problemas mais gerais do mercado de trabalho brasileiro (CAMPOS, 2010, p. 50).

Dessa forma, assim como demonstram os números anteriormente destacados, percebe-se que a juventude, quando inserida no mercado de trabalho, o está muitas vezes sob formas de exploração explícita ou sob condições precárias.

Além das condições objetivas que circundam e determinam as situações de trabalho desses jovens, entende-se que devem ser consideradas as subjetividades também presentes nesses processos.

Em um primeiro momento, tal interesse pode parecer estranho a uma abordagem materialista histórica, estranheza essa que se pretende desmitificar por meio da explicitação, sob essa matriz de pensamento, de como é compreendida a noção de subjetividade – enquanto determinação humana e construção histórica. Além disso,

(...) as estratégias e métodos de pesquisa social em matéria de adolescência e juventude também estão sendo um campo de debate, no qual o uso de estratégias do tipo qualitativo e centradas com maior ênfase nas subjetividades dos sujeitos adquiriu acentuada relevância, sem desconhecer a importância da utilização de estratégias de corte quantitativo, mas dando às primeiras o crédito de ter ampliado o marco compreensivo a partir do próprio sujeito e de seus ambientes próximos e distantes. Isso possibilitou uma *tomada de localização* diferente, que permite adentrar-se com maior profundidade analítica nas cotidianidades adolescentes e juvenis, e dali interpelar os contextos e estruturas sociais, como também as instituições sociais e dialogar com elas (LEÓN, 2009, p. 48).

É neste sentido que este trabalho pretende abordar as relações de trabalho vivenciadas pelos jovens e seus processos de subjetivação. Para que esse estudo seja possível, faz-se necessário o conhecimento das formas de organização e dos processos produção dessas lojas, já que compõem a base material da construção da subjetividade dos jovens estudados.

CAPÍTULO II – TRABALHADORES JOVENS NOS SERVIÇOS

As formas de gestão da produção incidem diretamente sobre o modo de gestão do trabalho vivo, isto é, cada modelo produtivo estabelece parâmetros e normas que devem ser acatados pelos trabalhadores a fim de otimizar o processo de acumulação.

Nesse sentido, o capital desenvolve estratégias de intensificação do aproveitamento da força de trabalho, cujas consequências ultrapassam a esfera da produção.

A partir dessa compreensão, este capítulo apresenta características dos modelos de produção adotados pelos restaurantes de *fast food*, que vão gerar impactos no processo de construção da subjetividade de seus jovens trabalhadores.

Além, disso, considerando a necessidade de que o objeto de pesquisa esteja situado espacialmente, é realizada uma discussão sobre espacialização, seguida da apresentação e problematização a respeito do lugar do trabalho onde esses jovens estão inseridos.

2.1 Trabalhadores em serviços

É possível perceber na organização dos processos de trabalho das redes de *fast food* a presença de traços de diferentes modelos produtivos, como o taylorismo/fordismo e o toyotismo. A produção ritmada pelo tempo é combinada com os princípios do *just in time*.

Segundo Arend e Reis (2009), “a indústria *fast food*, diferentemente de outros segmentos econômicos, é composta por um sistema em que no mesmo espaço há a produção de mercadorias e a prestação de serviço” (AREND, REIS, 2009, p. 145).

Braverman (1981) já criticava a divisão estabelecida entre o trabalho nos setores de produção e de serviços, argumentando que os processos muito se assemelham e tendem a se aproximar cada vez mais, pautando-se pelos mesmos padrões que objetivam primordialmente o aumento da acumulação. O autor ressalta que para o capitalismo a forma de trabalho, muitas vezes, tem menor importância do que o que ele denomina de “*forma social*”, ou seja, “sua capacidade de produzir, como trabalho assalariado, um lucro para o capitalista” (BRAVERMAN, 1981, p. 305)⁸.

⁸ Exemplificando, Braverman continua: “O capitalista é indiferente à determinada forma de trabalho; não lhe interessa, em última análise, se emprega trabalhadores para produzir automóveis, lavá-los, consertá-los, repintá-los, abastecê-los de gasolina e óleo, alugá-los por dia, dirigi-los como contratado, estacioná-los ou convertê-los em sucata. O que lhe interessa é a diferença entre o preço que ele paga por um agregado de trabalho e outras

Considerando que os padrões de produção tayloristas/fordistas baseiam-se na produção em massa e padronizada, é possível perceber que alguns de seus traços se materializam nos processos de produção das redes de *fast food*. Embora comumente utilizados em análises referentes a indústrias, pode-se afirmar que o setor de serviços incorpora características significativas de tais padrões. Antunes (2000) ressalta que

Esse processo produtivo [*taylorismo/fordismo*] transformou a produção industrial capitalista, expandindo-se a princípio para toda a indústria automobilística dos EUA e depois para todo o processo industrial nos principais países capitalistas. Ocorreu também sua expansão para grande parte do setor de serviços (ANTUNES, 2000, p. 37).

Como em uma montadora de veículos, que recebe todas as peças e partes do automóvel a ser produzido de terceiras e realiza apenas a montagem, os restaurantes de comida rápida “produzem” suas mercadorias na própria loja, no espaço em que os clientes são atendidos, a partir dos itens que recebem de determinados fornecedores. Fontenelle (2006) reitera essa afirmação quando descreve que no “sistema” McDonald’s “estão conectados, em um mesmo espaço, a *produção* do produto (às vezes, *parcial*, já que alguns componentes e ingredientes alimentícios vêm semipreparados de seus fornecedores) e um *serviço* de atendimento direto ao cliente” (FONTENELLE, 2006, p. 46). Grifos da autora. Dessa forma, tal produção ocorre sob uma organização de trabalho que carrega grandes semelhanças com o sistema produtivo da manufatura, de uma indústria.

É importante ressaltar que os fornecedores do McDonald’s são todos padronizados, para que seja garantido que o produto final vendido pela rede tenha exatamente as mesmas características em qualquer localidade. O fornecimento dos alimentos a serem utilizados pela rede é feito por empresas de São Paulo. O único produto de origem juizforana é o pão, isso porque há duas empresas conveniadas com o McDonald’s que produzem esse item no país, sendo que uma delas está localizada nesse município.

Nesse sistema de organização do trabalho existente em restaurantes de comida rápida, a produção homogeneizada, característica do fordismo, torna-se claramente perceptível. Da mesma forma, a racionalização do tempo por meio de sua regulação, é algo que norteia a produção (que no caso das redes de *fast food* se dá através da montagem) nesses restaurantes, assemelhando-se a padrões tayloristas. O controle do tempo faz-se essencial para que o ritmo

mercadorias, e o preço que recebe pelas mercadorias – sejam bens ou “serviços” – produzidas ou prestadas”. (BRAVERMAN, 1981, p. 305). Grifo do autor.

de trabalho não seja alterado, objetivando uma maior acumulação. Para tanto, a cobrança e o controle sobre os funcionários são intensos.

Em entrevista com uma jovem que trabalhou na rede McDonald's, constata-se a pressão exercida em relação ao ritmo de trabalho por meio de diferentes afirmações feitas por ela ao longo do processo: “Lá a gente não fica parado”; “Não pode sentar”; “É porque todos lá, tudo é à base de relógio. Tudo apita ao mesmo tempo, tudo acontece ao mesmo tempo” (JOVEM 01).

Além da agilidade exigida dos funcionários, outra característica ressaltada tanto por jovens atendentes quanto por um gerente entrevistado, é a rotatividade interna de funções, demandando a polivalência do trabalhador, um trabalhador multifuncional. Quando questionada a respeito dessa rotatividade, a mesma jovem conta que não passou por muitos setores. Cita três em que permaneceu e afirma que “os outros não dava porque era de tempo e eu sempre errava os tempos” (JOVEM 01), evidenciando novamente o controle do tempo como um fator determinante.

Outro jovem entrevistado conta orgulhoso que em menos de trinta segundos a bandeja de refeição já está montada para o cliente, o que demonstra que os funcionários internalizam a necessidade de cumprimento de prazos e demonstram satisfação ao executar as tarefas com eficiência.

Dessa forma, a produção em série fordista e o cronômetro taylorista, como caracteriza Antunes (2000), marcam presença na produção dos alimentos dessas redes.

Além de tais características, é marcante também a influência toyotista quando se observa a multifuncionalidade e flexibilidade dos trabalhadores das lojas de *fast food*. Do mesmo modo, o princípio *just in time*, característico também dessa forma de organização do trabalho, é amplamente utilizado por tais redes.

Pode-se afirmar que a horizontalidade (característica toyotista) está presente nessas organizações, já que os ingredientes necessários às comidas e bebidas do restaurante são encaminhados aos estabelecimentos demandando praticamente apenas a sua montagem de acordo com os pedidos dos clientes (seguindo um padrão já pré-estabelecido existente no cardápio disponibilizado nas redes). É interessante observar, como já o fez Braverman (1981), que a execução do trabalho mecânico e padronizado, além de prejudicar o desenvolvimento do trabalhador, contribui também para a escassez do desenvolvimento de um trabalho realmente criativo, como o de cozinheiro, por exemplo. Sua crítica, aqui não se refere propriamente às redes de *fast food*, mas à degradação da “arte da cozinha”. O autor explicita a desconsideração em relação a um ofício diante das possibilidades de aumento de lucro por

meio de sua simplificação. Problematiza a redução da qualidade do produto concomitante ao não incentivo de formação do trabalhador e aprimoramento de seu trabalho para além das padronizações.

Além disso, o autor discorre a respeito da utilização de maquinários mais modernos que impõem o ritmo de trabalho ou até mesmo a substituição de funcionários por meio da automização dos setores de produção e serviço. Referindo-se ao ramo da alimentação, Braverman (1981) afirma

Muito mais importante é a maneira pela qual um ofício precioso é destruído e como essa tendência destrutiva auto-alimenta-se. Como em tantos outros campos do trabalho, a simplificação e racionalização das perícias acaba por destruir essas perícias, e, com as perícias tornando-se cada vez mais escassas, os novos processos tornam-se cada vez mais inevitáveis – devido à falta de trabalho qualificado” (BRAVERMAN, 1981, p. 310, 311).

A grande inserção de jovens em redes de *fast food* tem, inclusive, importante relação com esse fato. Muitos desses jovens encontram-se em situação de primeiro emprego, sem experiência e sem qualificação profissional. No entanto, quando saem desse tipo de restaurante a qualificação profissional continua basicamente inalterada. A esses jovens são oferecidos cursos de aperfeiçoamento por parte das redes, porém cursos direcionados para a execução das funções próprias de uma cadeia de restaurantes de comida rápida. Além disso, com base nas entrevistas realizadas ao longo dessa pesquisa, percebe-se que não há – por parte da rede McDonald’s – incentivo para que seus trabalhadores continuem seus estudos. Logo, quando sair em busca de novas experiências de trabalho, apesar de não mais buscar seu primeiro emprego, esse jovem continuará com baixa qualificação.

A lógica dos treinamentos oferecidos por parte da empresa capacita seus funcionários a atuarem em qualquer seção do restaurante, sendo a rotatividade de funções, como já apontado anteriormente, outro traço marcante dessa rede. Embora periodicamente os jovens tenham a oportunidade – obrigatória, diga-se de passagem – de mudar de setor, a ação mecânica e repetitiva continua a ser executada, sem nenhuma chance de ampliação da autonomia do sujeito. Ou seja, mesmo que a atuação se dê em diferentes áreas periodicamente, o trabalho continua com seu caráter metódico que impossibilita o funcionário de criar e desenvolver suas potencialidades.

Sob a alegação de que trabalhadores polivalentes e flexíveis sentem-se mais motivados por realizarem diferentes funções, a exigência de que os jovens conheçam o funcionamento de todos os processos do restaurante fica clara desde a contratação.

No caso dos atendentes, que se encontram na base da hierarquia dessas redes de restaurante, embora possam trabalhar na chapa, na fritura, no caixa ou na limpeza, independente do exercício realizado em determinado período de tempo, recebem um mesmo salário que não sofre modificações. Vale ressaltar que o salário pago aos funcionários é calculado por hora trabalhada – atualmente, R\$3,09/hora⁹. Além disso, afirmam que nos momentos em que o movimento do estabelecimento encontra-se mais fraco, funções diversas são distribuídas aos funcionários. A jovem entrevistada conta que

“Lá não tinha você não ter trabalho. Porque lá tem serviço pra dar e vender. Lá você não parava. Você tinha uma hora de descanso que nem parecia, porque ela voava. Passava assim, rápido até demais. Quando a gente ia ver já *tava* na hora de voltar. E sempre tinha alguma coisa para fazer, independente de pouco movimento... até mesmo a gente aproveitava nas horas que não tinha muito movimento pra aprender outra parte. Porque no do Big Mac tem o Big Mac, tem o “duplo” e tem o... tem o outro hambúrguer. Então, tipo assim, a gente aprendia os condimentos, a gente tinha que aprender os condimentos, a gente tinha que... é... lá também tem muito por data. A gente tinha que botar os pães, a gente não podia deixar os pães envelhecer, sempre tinha que ficar trocando, porque tudo é data, tudo é horário” (JOVEM 01).

A intensificação do trabalho e, conseqüentemente, da exploração dos trabalhadores – que não podem parar em momento algum – fica clara no depoimento da jovem, o que corrobora o argumento que reconhece a presença de padrões advindos do toyotismo, além da combinação taylorismo/fordismo. Assim, como afirma Antunes,

Similarmente ao fordismo vigente ao longo do século XX, mas seguindo um receituário diferenciado, o toyotismo reinaugura um novo patamar de intensificação do trabalho, combinando fortemente as formas relativa e absoluta da extração de mais-valia (ANTUNES, 2000, p. 56).

⁹ Valor informado pelos entrevistados no primeiro semestre de 2013.

Marx (2001) demonstra em seus escritos que o objetivo do modo de produção capitalista é a obtenção de mais-valia, visando à acumulação. A categoria mais-valia¹⁰ refere-se ao trabalho excedente executado pelos trabalhadores, ao sobretrabalho, à parte do trabalho não paga. “A mais-valia, portanto, é a diferença entre o valor criado pela força de trabalho e o que essa força de trabalho custou” (SALAMA e VALIER, 1975, p. 47)

Compreende-se, assim, que a mais-valia é extraída por meio da exploração que ocorre através das formas de trabalho que influenciam a organização das indústrias e de empresas do setor de serviços, como é o caso das redes de *fast food*. Antunes (2000) afirma que, enquanto um processo de organização do trabalho, o modo de acumulação flexível (toyotista) possui como finalidade essencial a intensificação da exploração da força de trabalho, o que ocorre por meio da extração da mais-valia.

Corrêa e Caon (2008) afirmam que o sucesso operacional de uma empresa de serviços depende da forma como são organizados. Segundo os autores, a estrutura organizacional, “basicamente, é a forma com que as tarefas e responsabilidades são distribuídas entre agrupamentos de pessoas (e outros recursos) e como as relações de responsabilidade e coordenação entre os agrupamentos são definidas (Slack e Lewis, 2002)” (CORRÊA, CAON, 2008, p. 239,240), cujos objetivos são: “melhor atender aos mercados a que pretende servir; maximizar o retorno sobre o investimento feito sobre os recursos operacionais pelo acionista; e, favorecer o desenvolvimento contínuo desses recursos” (CORRÊA, CAON, 2008, p. 240).

Assim, pode-se afirmar que a organização das empresas e o aprimoramento dos mecanismos de produção visam, portanto, o desenvolvimento de estratégias que ampliem constantemente os lucros e as condições de acumulação dos capitalistas, como já afirmava Marx. Nesse sentido, Alves (2011) destaca que

Melhor qualidade, redução de estoque e eliminação de desperdício são léxicos do Sistema Toyota de Produção, idealizado por Taiichi Ohno, o novo produtivismo do capital que emerge sob a etapa de sua crise estrutural. Ele

¹⁰ A mais-valia absoluta consiste na ampliação da jornada de trabalho e na intensificação do trabalho (sem alteração da jornada estabelecida). Já a mais-valia relativa, desenvolve-se por meio do aumento da produtividade do trabalho, a partir do desenvolvimento e aperfeiçoamento das forças produtivas (capital constante) e técnicas do processo de produção, acarretando a diminuição do tempo de trabalho necessário à produção. Nas palavras de Marx, “a mais-valia produzida pelo prolongamento da jornada de trabalho chamo de mais-valia absoluta; a mais-valia que, ao contrário, decorre da redução do tempo de trabalho e da correspondente mudança de proporção entre os dois componentes da jornada de trabalho chamo de mais-valia relativa” (MARX, 2001, p. 251). Deve-se ressaltar, no entanto, que apesar de serem extraídas através de mecanismos distintos, não existem “duas mais-valias” diferenciadas, a mais-valia é uma só – a apropriação de trabalho excedente – diversificando-se apenas a forma de produção da mesma.

permeia o discurso de sociólogos do trabalho e engenheiros de produção que descrevem, com certa fascinação, o admirável mundo novo da produção do capital nos últimos quinze anos no Brasil (ALVES, 2011, p. 84).

Dentre os recursos utilizados, outro traço fortemente diagnosticado na organização da produção dos restaurantes de comida rápida refere-se ao *just in time*, no qual a eliminação de desperdícios é um valor de grande relevância, além do envolvimento dos funcionários e aprimoramento contínuo, como afirma Leal (2003). Baseado em Ghinato (1994), o professor explica que “o JIT é somente um meio de se alcançar o verdadeiro objetivo do modelo flexível, que é o de aumentar lucros através da completa eliminação de desperdícios” (LEAL, 2003, p. 40).

Leal (2003) esclarece que seus princípios podem ser utilizados por qualquer tipo de empresa, mesmo que essencialmente a mesma não seja caracterizada por tal denominação. “A aplicabilidade dos princípios da filosofia JIT em serviços irá depender de um ‘casamento’ entre os pressupostos para a implementação do JIT e as especialidades do tipo de serviço analisado” (LEAL, 2003, p. 42).

No momento em que a jovem entrevistada afirma que “Lá a gente não fica parado”; “Lá não tinha você não ter trabalho”; “E sempre tinha alguma coisa para fazer, independente de pouco movimento... até mesmo a gente aproveitava nas horas que não tinha muito movimento pra aprender outra parte” (JOVEM 01), fica claro que o sistema produtivo preza pelo não desperdício do tempo e de recursos humanos fazendo com que não exista nenhum momento de ociosidade dos funcionários, característica do *just in time*.

Da mesma forma, o empenho para a montagem de um lanche no prazo estabelecido ou da forma correta objetiva o não desperdício de tempo e de ingredientes, daí a necessidade de movimentos e técnicas padrões executados em tais estabelecimentos.

O aprendizado da execução do trabalho em todos os setores pelo conjunto dos funcionários, como já referido, também sofre influências do *just in time*, pois possibilita a realocação dos jovens de acordo com a demanda, otimizando a utilização dos recursos humanos disponíveis. Para Leal (2003)

A realização de tarefas de suporte durante os períodos de baixa demanda permite que os funcionários concentrem-se nas tarefas essenciais durante os períodos de maior movimento. Esta estratégia requer treinamento multifuncional dos empregados para permitir o desenvolvimento de tarefas

não relacionadas ao atendimento de clientes. (...) Empregados multifuncionais podem executar tarefas em diversas operações, criando uma capacidade flexível para atender picos localizados de demanda (LEAL, 2003, p. 43).

Sob essa perspectiva, a negação do desperdício justifica a ininterrupção do trabalho e a ampliação da exploração dos funcionários. Segundo Alves (2011), a defesa intransigente do não desperdício carrega em si, para além dos traços do toyotismo, a velha defesa fordista-taylorista de estratégias de ampliação do movimento de extração de mais-valia por meio da eliminação de tempos mortos, isto é, a busca por um processo de produção sem interrupções. Dessa forma, busca-se a eficiência através da eliminação de desperdícios, que significa redução de custos. Nesse sentido, a eliminação de todo e qualquer tipo de desperdício (de tempo, materiais, recursos humanos, etc) fundamenta um dos princípios que sustentam o toyotismo, o *just in time*.

O autor afirma ainda que a produção enxuta (*lean production*) possui uma intencionalidade obscura: a precarização do trabalho, que, por meio da fragmentação da consciência de classe, traveste-se em uma forma de colaborar com a desmobilização da luta de classes – o que amplia as possibilidades de “captura da subjetividade” do trabalhador.

Para Alves (2011), Taiichi Ohno (criador da filosofia do Sistema Toyota de Produção) apresenta propostas e formas de gestão de produção sendo que, em seu cerne, estão inclusas estratégias de “gestão de trabalho vivo”, ou seja, formas de ampliação da exploração. Assim, essas duas formas de gestão apresentam-se interligadas.

No bojo do novo padrão de acumulação vigente, a gestão e organização do trabalho manipuladas pelo capital são inovadas cotidianamente a fim de ampliar sua eficiência. Uma estratégia amplamente utilizada tanto no setor da indústria quanto no de serviços diz respeito à cooperação e ao trabalho em equipe. No toyotismo, o estímulo aos trabalhadores que fazem parte de “um time” busca incentivá-los a manter a cooperação constante com os colegas e a gerência. Há responsabilidade por parte de todos, o que incentiva o comprometimento de cada um a fim de não prejudicar o grupo.

Da mesma forma, são chamados “colaboradores” ao invés de serem identificados como empregados, o que procura induzir ao pensamento de que há colaboração mútua, tanto entre os trabalhadores quanto entre esses e a empresa, ou seja, que não há interesses de classe em disputa.

Percebe-se aqui o obscurecimento das divergências existentes entre os interesses das diferentes classes sociais sob uma perspectiva “transclassista”. Embora se constitua em “classe em si”, enquanto condição social determinada pelo lugar que ocupa no processo produtivo, as estratégias usadas pelo capital colaboram para que esses trabalhadores não se identifiquem com a dimensão de “classe para si”, no sentido de reconhecer interesses e objetivos coletivos (contrários ao da classe em oposição) que façam com que se organizem a fim de alcançá-los.

Outra estratégia utilizada pelo capital, já brevemente mencionada, diz respeito à utilização de salário indireto, que se faz presente por meio de benefícios (vale-transporte e planos de saúde, por exemplo) ou gratificações pelo desempenho do funcionário. Esse mecanismo reforça o individualismo e enfraquece a luta de classes, sendo que as gratificações são direcionadas às ações de esforço e comportamento individual, o que fragiliza, novamente, a luta coletiva, que poderia culminar em um processo de conscientização de classe.

Alves (2011) também ressalta a utilização do modelo de competências, que se faz muito presente no ambiente de trabalho. O autor afirma que

Desta nova base técnica e modo de operar da inteligência humana disseminada pela revolução das máquinas informacionais surge, como derivação ideológica, o denominado “modelo das competências profissionais”, ideologia orgânica da formação profissional, que exige dos novos operadores saberes em ação (*savoir-faire*), talentos, capacidade de inovar, criatividade e autonomia no local de trabalho. O modelo das competências profissionais é o terreno ideológico a partir do qual se disseminam as noções estruturantes de flexibilidade, transferibilidade, polivalência e empregabilidade que irão determinar o uso, controle, formação e avaliação de desempenho da força de trabalho. Este será o novo léxico ideológico que permeará a pedagogia escolar e empresarial imbuída do espírito toyotista (ALVES, 2011, p. 76). Grifos do autor.

Por meio do exercício das competências, o aprendizado acumulado pelo trabalhador ao longo de seu processo educacional (adquirido por meio da escola formal ou de formação proporcionada pela empresa) é avaliado através da execução de tarefas. Além do resultado obtido através da execução do próprio trabalho, são realizados testes e avaliações periódicos a fim de verificar o conhecimento e habilidades e, para além disso, a materialização do aprendizado nas ações profissionais.

Esse modelo carrega também a ideia de que os trabalhadores devem supervisionar uns aos outros, o que faz com que o controle seja constante, embora travestido de modo menos formal, o que corrobora o enfraquecimento do questionamento a seu respeito. Soma-se a tal iniciativa a presença dos “colaboradores”, o que pode ser entendido como estratégia de obscurecimento da exploração e dos diferentes interesses entre as classes sociais.

Além das normatizações presentes no modelo de competências, outros mecanismos são adotados a fim de otimizar o trabalho executado nas empresas. Corrêa e Caon (2003) explicitam parte dessas técnicas padronizadas exemplificando o uso de *scripts*, que são instruções bastante específicas sobre a forma de como se deve agir em cada operação determinada. Os autores reconhecem que o uso demasiado de tal padronização pode levar à alienação dos funcionários, mas ao mesmo tempo afirmam que, se utilizados de forma adequada, assegurariam maior grau de eficiência no processo de atendimento.

Em cadeias de *fast food*, por exemplo, funcionários são treinados com *scripts* que detalhadamente os instruem como: 1. saudar o cliente; 2. solicitar seu pedido (incluindo sugestões para itens adicionais); 3. montar o pedido (por exemplo, *drinks* frios antes da comida quente); 4. colocar os vários itens na bandeja; 5. receber o dinheiro e dar o troco; 6. agradecer e desejar a volta do cliente (CORRÊA. CAON, 2003, p. 231, 232). Grifos dos autores.

Assim, a padronização do atendimento é garantida, ao mesmo tempo em que se restringe o desenvolvimento do funcionário enquanto sujeito que pode desenvolver suas próprias ações, fortalecendo a negação da dimensão ontológica do trabalho.

Os autores indicam também, como sistema que contribui com a otimização ainda maior do atendimento nesse tipo de serviços, a combinação da técnica de *scripts* com a *simulação de situações*, em que os funcionários são estimulados a lidar com situações hipotéticas, possíveis de acontecer. Dessa forma, preparam os trabalhadores para responderem da forma “correta” em determinadas condições.

Essa preparação, porém, restringe novamente a possibilidade do trabalhador desenvolver sua iniciativa e criatividade, de atuar de forma inovadora ou diferenciada. A padronização, nesses casos, leva ao adestramento do funcionário, que tem seu exercício restrito a formas bastante específicas de atuação.

O uso de treinamento com *simulação de situações* (com o conhecimento do funcionário ou do tipo “cliente misterioso”) é uma importante ferramenta para treinar o funcionário, não só aplicar bem o *script*, mas também saber como agir em situações de exceção (por exemplo, como agir quando um cliente no *fast food* derruba sua bandeja acidentalmente assim que a pega no balcão?) (CORRÊA, CAON, 2003, p. 232). Grifos dos autores.

No caso do cliente misterioso, os depoimentos dos jovens ressaltam a presença dessa figura no dia-a-dia da empresa. “O Misterioso tem que ser o melhor lanche possível. Quentinho, gostoso... que a pessoa não chega lá, não possa reclamar de nada. Nem que a Coca-Cola *tá* quente, nem da batata que *tá* murcha ou que *tá* salgada” (JOVEM 01).

A Jovem 01 conta que na hora do “Misterioso” era importante todos estarem à disposição. Questionada se havia demanda do “Misterioso” todos os dias, a jovem afirma: “Toda hora, se deixar” (JOVEM 01).

A partir desse depoimento é possível perceber que a política de cliente oculto não deixa de ser utilizada como uma cobrança constante de eficiência e eficácia exigidas dos funcionários, que estão a todo momento passíveis de avaliação.

Outro jovem entrevistado também se refere ao “Misterioso”, afirmando que apesar de a visita ser mensal, como nunca sabem o dia da avaliação, é necessário que todos os funcionários caprichem no atendimento todos os dias. Mas, segundo ele, há um horário específico, das 14 horas às 21 horas. O funcionário relata:

Inclusive, na loja, nós temos um cliente que chama cliente Misterioso. Mensalmente ele vem na loja para avaliar. Ninguém conhece ele, nem o gerente. Ele tem que comprar uma Mc Oferta média, com batata e refrigerante médio, sendo principalmente o Bic Mac, entendeu? E dá uma nota de R\$ 20,00. Aí é o Misterioso. Aí ele vai avaliar no Drive o tempo, o tempo de montagem dos pedidos e dentro da loja. Ele passa primeiro no Drive e depois na loja. E vai avaliar se o “recepcionamento” é bom, entendeu, se a anotação de pedido é rápida, troco, tudo direitinho, sanduíche quente, ele avalia... inclusive a loja tem tirado 100 (JOVEM 02).

O jovem é então questionado a respeito de uma possível pressão gerada pelo “Misterioso”: “Não, assim, é mais os novatos, entendeu? Os novatos ficam tudo na cozinha, a gente que tem experiência fica tudo no balcão, que sabe correr, já pega tudo, monta... em menos de 30 segundos a bandeja já *tá* montada. Muito rápido mesmo” (JOVEM 02).

Comenta-se que os funcionários se acostumam, vão pegando a prática e o jovem responde: “Acostuma, igual, antigamente cansava, agora... (onomatopéia de desdém)... não cansa mais, não” (JOVEM 02).

Pelo depoimento desse jovem, é possível perceber a naturalização da exploração, que deixa de ser questionada. Além disso, a presteza da entrega do lanche e a boa avaliação da loja em que trabalha são relatadas com satisfação pelo bom desempenho, algo constantemente cobrado e reafirmado pela empresa, que internaliza tais valores nos funcionários.

É interessante também a observação feita por Francisco de Oliveira na apresentação d’*O nome da marca*, onde o professor relata como os olhares da clientela, ou seja, os próprios clientes dos restaurantes substituem “o relógio de ponto da fábrica antiga” (FONTENELLE, 2006, p. 09). Nesse sentido, pode-se afirmar que os consumidores também naturalizam essa obrigação do cumprimento de funções em segundos, exigindo da loja padrões de excelência no que se refere ao tempo de atendimento – o que corrobora a existência das pressões sobre os funcionários.

Diante da impossibilidade de o trabalhador desenvolver práticas diferenciadas e podendo apenas executar ações que se assemelham a um trabalho pautado na robotização, as relações de interação humana que poderiam estar presentes no contato com o cliente são abolidas. Passa a haver tão somente uma relação de compra e venda, relação essa mercadológica e impessoal. Como afirma Braverman (1981), tais relações não possuem exclusivamente caráter econômico e social, mas ocasionam a desumanização das relações, o que gera consequências e impactos psicológicos e afetivos.

O padrão de acumulação flexível, que “articula um conjunto de elementos de continuidade e de descontinuidade que acabam por conformar algo relativamente distinto do padrão taylorista/fordista de acumulação” (ANTUNES, 2000, p. 52), com suas novas técnicas de gestão de trabalho, mais informatizadas e desenvolvidas, requer trabalhadores que tenham autonomia e, “ao menos no plano discursivo, o ‘envolvimento participativo’ dos trabalhadores, em verdade uma participação manipuladora que preserva, na essência, as condições de trabalho alienado e estranhado” (ANTUNES, 2000, p. 52). Assim, essa adequação e internalização de valores percebida nos depoimentos dos jovens entrevistados levam a um grande impacto na construção da subjetividade desses sujeitos.

Segundo Reis (2007),

o “trabalhador do McDonald’s” recebe um discurso empresarial que prevê no marketing a construção da imagem de um trabalhador feliz, que adquire seu primeiro emprego e dá tudo de si, para um atendimento rápido e cortês, representado por um constante sorriso, parte indispensável do treinamento. Não há dúvidas de que a corporação McDonald’s contrata muitos jovens por ano no Brasil. Contudo estes jovens são para a empresa altamente “substituíveis e flexíveis” permanecendo pouco tempo no emprego. A desregulamentação se naturaliza durante estas relações de trabalho e assim que o jovem adquire certa experiência, procura outra oportunidade. O grande contingente de jovens desempregados que lutam por uma vaga no mercado de trabalho é conveniente para o McDonald’s que ocupa-se de parte deste exército excedente, procurando rapidamente “conformar” o trabalhador em seu padrão de treinamento, sobretudo buscando passar para a sociedade uma imagem positivada das relações de trabalho no âmbito juvenil (REIS, 2007, p. 09).

Dessa forma, o trabalhador é moldado e submetido à aceitação de padrões que, para além da esfera da produção, acabam por serem também disseminados na esfera das relações sociais, abarcando seu cotidiano e o tecido social por ele vivenciado.

2.2 A espacialização em questão

A construção da subjetividade humana é permeada por determinantes diversos que influenciam e impactam sua produção. Condições objetivas e materiais são a base dessa construção, que também é influenciada pelo território em que essa se dá. Assim, a questão da espacialidade dos processos sociais é algo de suma relevância para a compreensão da subjetividade dos sujeitos. O espaço, para além da historicidade, possibilita a apreensão do tempo presente.

Henri Lefebvre é quem traz o espaço para o centro da teoria marxista. O autor redige seus textos que, para além da preocupação com o espaço, carregam em si uma crítica ao Partido Comunista Francês, de origem soviética, que tinha uma perspectiva imobilista, e dicotomizava produção – reprodução. Assim, além de demonstrar a importância da espacialidade para a apreensão da dinâmica social em sua totalidade, o autor explicita a interação entre produção e reprodução. Lefebvre (2008) resgata também, nos escritos de Marx, a questão da reprodução das relações sociais, para além da reprodução dos meios de produção.

Nesse sentido, não há dicotomia entre essas esferas de produção e reprodução das relações sociais, assim como não existe cisão entre o mundo do trabalho e a vida particular; ao contrário, há constante imbricação entre eles.

As relações sociais, a produção e a reprodução dessas relações, materializam-se no espaço. A materialidade histórica se dá nos sujeitos e na sua relação com a natureza – que por sua vez, é espacial. Nesse sentido, Lefebvre defende que

Não é apenas toda a sociedade que se torna o lugar da reprodução (das relações de produção e não já apenas dos meios de produção): é todo o espaço. Ocupado pelo neocapitalismo, setorizado, reduzido a um meio homogêneo e, contudo, fragmentado, reduzido a pedaços (só se vendem pedaços de espaço às “clientelas”), o espaço transforma-se na sede do poder (LEFEBVRE, 1997, p. 247).

Assim, como afirma Harvey (2006), é imprescindível que se reconheçam “os modos pelos quais os reordenamentos geográficos, as estratégias espaciais de reestruturação, os desenvolvimentos geográficos desiguais etc. são aspectos essenciais para a acumulação do capital, tanto historicamente como na atualidade” (HARVEY, 2006, p. 200).

Para tanto, há que se compreender que espaço é mais do que espaço geográfico, é o ambiente construído e as relações que nele se realizam. As mercadorias circulam no espaço, em que se expressa a acumulação. Da mesma forma, é nele que se encontram também as diferentes e cada vez mais inovadoras formas de apropriação privada e expropriação do próprio homem. O espaço está na matriz da materialidade das relações sociais. É onde o sujeito se constrói.

Nesse sentido, pode-se afirmar que o capital detém predomínio no espaço, já que possui e tem o domínio da propriedade. Harvey (2006) ainda destaca, ressaltando que no Manifesto do Partido Comunista já há referência nesse sentido, que é importante compreender

como as dimensões geográficas relativas à acumulação do capital e a luta de classes desempenham um papel fundamental na perpetuação do poder burguês e na supressão dos direitos e aspirações do trabalhador, não apenas em lugares específicos, mas também globalmente (HARVEY, 2006, p. 200).

Sendo assim, demonstra-se que a luta de classes concretiza-se no espaço e, considerando as diversas realidades sociais e geográficas, desenvolve-se de diferentes maneiras e é por ele influenciada, já que o espaço não é apenas um produto, mas é também ativo.

Lefebvre (2008) critica o entendimento do espaço apenas como mediação, afirmando que ele não se limita a isso, mas vai além. O espaço não está desvinculado do tempo, possui também sua historicidade e não está apenas na esfera da reprodução das relações sociais, mas também da produção. Espaço não é algo inerte, neutro ou “puro”, mas implica política e economia; nele e através dele se expressa o desenvolvimento das atividades sociais. Somente esse entendimento tem a possibilidade de captar e compreender o espaço vivido, social, para além de uma concepção epistemológica do mesmo.

Assim, o espaço manifesta as diversas dimensões da experiência humana e deve ser apreendido em sua totalidade. O conflito entre classes perpassa as desigualdades regionais, diferenciando segmentos sociais em espaços distintos, o que torna imprescindível a compreensão de sua dimensão social relacionada aos processos nos diferentes espaços geográficos. Harvey (2006) procura exemplificar a influência da dimensão espacial para o desenvolvimento e transformações sociais:

Observamos como os jogos geopolíticos de poder, por exemplo, se interligam com a posição de mercado, em estruturas variáveis de relações espaciais que, por sua vez, privilegiam determinados locais e territórios para a acumulação capitalista. Também é interessante observar como as burguesias nacionais que não conseguiram usar com facilidade os recursos espaciais para enredar o feudalismo sucumbiram ao fascismo (Alemanha, Itália e Espanha são exemplos) (HARVEY, 2006, p. 201).

O autor em seguida desenvolve a ideia da existência de uma diversificação espacial mundial, seja política, ecológica, social ou cultural, sobre a qual o capital se desenvolve, necessitando adaptar-se a elas. Ele destaca a coexistência de tempos e espaços sociais diferentes em momentos contemporâneos, o que demonstra a diferenciação particular de localizações sociais distintas.

Seu raciocínio corrobora a constatação de Lefebvre (1997) de que o capitalismo se apropria das relações sociais – apropriação essa que, para além de uma ação atual ou inovadora, já ocorre há muito tempo – adequando-as e moldando-as da forma que lhe

interessa. Desse modo, sociedade e espaço transformam-se em produto social. O espaço natural é transformado e comercializado, sendo convertido em mecanismo de hierarquização e perpetuação de desigualdades.

No entanto, assim como o espaço é utilizado como forma de manutenção e consolidação da ordem, é também lugar de contestação, o que demonstra a dialética do movimento histórico. O mesmo espaço que é fragmentado, parcializado e hierarquizado, tem em si a centralização de poder.

Assim também o poder e a disputa pelo poder estão em todo o espaço. Muitas vezes implícito, porém “onipresente”, encontra-se em todas as esferas vida social, em todas as relações sociais, no cotidiano. O poder alcança, inclusive, o interior do indivíduo, como afirma Lefebvre (1997), no qual também se estabelece a reprodução das relações sociais. É importante ressaltar, entretanto, que devido à constante disputa por sua obtenção e ao caráter constantemente mutável da história, o poder não pode ser dado como algo determinado e perene. Na relação entre espaço e poder, pode-se perceber também o cotidiano como expressão desse último. No cotidiano estão presentes as contradições do espaço e nele o espaço é permanentemente reinventado.

Nessa relação Lefebvre (1997) também ressalta o corpo como forma de resistência e lugar de contradições, já que é por meio do corpo humano que se torna possível a práxis e dele depende qualquer tipo de reprodução. Assim, corpo e cotidiano se constroem no e pelo espaço, vivenciando suas contradições e refletindo-as. No corpo reside a resistência física, mas nele também se reflete e desenvolve o próprio adoecimento. O corpo é necessário ao capital e o corpo juvenil, saudável e produtivo, torna-se uma mercadoria ainda mais valiosa – embora os donos desses corpos não recebam por seu trabalho o equivalente ao valor por eles produzido.

Harvey ratifica essa ideia de Lefebvre afirmando que “o corpo laboral é, portanto, um lugar de resistência, que alcança uma dimensão política por meio da capacidade política dos indivíduos de atuar como agentes morais” (HARVEY, 2006, p. 215). O autor explica, logo em seguida, que a defesa dessa relevância do corpo não se refere a nenhum tipo de individualismo, mas ressalta que “a universalidade da luta de classes se origina com a particularidade da pessoa” (HARVEY, 2006, p. 215). Dessa forma, Harvey defende a luta contra a alienação do indivíduo (por meio da luta coletiva) concomitante à luta pelo espaço na sociedade como lutas interligadas.

Diante do desenvolvimento aqui exposto, afere-se que, para além da consideração da história, pensar a questão do cotidiano e do espaço no qual ele se materializa torna-se

imprescindível para o entendimento das relações dialéticas entre o social e o material, o subjetivo e o objetivo, a produção e a reprodução das relações sociais, com variações e singularidades em espaço e tempo.

É no espaço que ocorre o processo de construção de subjetividades, de acordo com as condições materiais e culturais, de acordo com o território em que os sujeitos se encontram. A posição do sujeito no tecido urbano espelha a desigualdade das relações sociais, diante da heterogeneidade socioespacial, que ocasiona formas e possibilidades diferenciadas na apropriação do espaço urbano.

Como afirma Corrêa (1989) “o espaço é simultaneamente fragmentado e articulado: cada uma de suas partes mantém relações espaciais com as demais, ainda que de intensidade muito variável” (CORRÊA, 1989, p. 07). Sendo assim, faz-se necessário perceber o espaço e tratá-lo em sua totalidade, da mesma forma que parcelas das diferentes classes sociais estão em relação constante, do mesmo modo que as “diferentes juventudes” compõem uma geração enquanto um todo.

Nesse sentido, este estudo elegeu seu objeto considerando o espaço em que se encontra a fim de serem analisadas suas particularidades, entendendo que são parte constituinte dos processos de produção e reprodução das relações sociais.

As redes de *fast food*, que hoje são encontradas em diferentes localidades, seja em uma mesma cidade ou espalhadas pelo mundo, possuem também uma intencionalidade ao se instalarem em determinados espaços. No entanto, as relações socioespaciais muitas vezes deixam de ser apreendidas e lhe são reconhecidos papéis secundários no entendimento das relações sociais. Defende-se, porém, que o espaço não é apenas um pano de fundo ou cenário onde as relações se materializam, mas é também construtor e parte do cotidiano dos sujeitos sociais.

Com a clareza de que “a percepção do espaço é parcial, truncada e, ao mesmo tempo em que o espaço se mundializa, ele nos aparece como um espaço fragmentado” (SANTOS, 1993, p. 59), pretende-se aqui situar o espaço a ser estudado, considerando suas particularidades e sua inserção na esfera maior da cidade.

Neste trabalho são abordados dois dos restaurantes da marca McDonald’s localizados em Juiz de Fora (MG), mais especificamente no Independência Shopping – *shopping* de classe média alta, frequentado pelo público que possui maior poder aquisitivo da cidade, e no Alameda Shopping – *shopping* de vizinhança que possui uma disposição espacial peculiar em que o restaurante apresenta-se quase que como um loja independente. Localiza-se em um

bairro da cidade repleto por bares e restaurantes, apresentando aparente sintonia com seu espaço e familiaridade ao cotidiano local.

Ao contrário desse, o primeiro *shopping*, inaugurado em abril de 2008, por si só já causou enorme impacto na cidade e, principalmente, nos arredores do bairro no qual foi instalado, (Cascatinha, porém, circundado pelo Dom Bosco), fato que merece destaque. Tradicionalmente ocupado pela população de menor poder aquisitivo, esse último bairro encontra-se hoje em um dos eixos de desenvolvimento do município, cercado por instituições públicas (UFJF, EMBRAPA, CAEd, HU-CAS) e privadas (Complexo Médico Hospitalar Monte Sinai, Independência Shopping), e situa-se entre bairros onde residem moradores com maior poder aquisitivo, como o São Mateus, Estrela Sul, Aeroporto, Cascatinha, além dos vários condomínios que vêm se disseminando na região. Soma-se a isso o fato estar próximo ao acesso à BR-040 (que liga Distrito Federal, Goiás, Minas Gerais e Rio de Janeiro), o que o tornou eixo de circulação para locais de grande importância dentro e fora de Juiz de Fora.

Diversos serviços e instituições localizados no bairro, porém, não são destinados e utilizados por seus moradores, e suas instalações acabaram por se constituírem em uma forma de expropriação da população local de parte de seu território. O aumento da valorização dessa região da cidade faz, inclusive, com que muitos de seus moradores já não possam mais se sustentar ali, tornando-se nítida a segregação espacial existente na localidade.

As recentes transformações no arranjo espacial local são engendradas pelo capital imobiliário em busca de estruturar as alterações no espaço intraurbano por meio da materialização dos novos empreendimentos voltados para a prestação de serviços, circulação de capital, pessoas e mercadorias. O local, lócus da reprodução da vida social e comunitária, é transformado a partir de atores e ações vinculados ao capital estranho ao próprio lugar, territorializando novos objetos para a reprodução do capital e desterritorializando compulsoriamente as formas de vida comunitária (MENEZES, MONTEIRO, 2010, p. 03).

O espaço, enquanto produto social, está em constante produção e transformação. As ações nele desenvolvidas envolvem disputas de interesses e, em seus constantes processos de reorganização, muitas das vezes o interesse pela acumulação capitalista dita as mudanças, visando à reprodução das relações sociais e a não alteração da atual divisão de classes.

A cidade, portanto, é necessária para o desenvolvimento do capitalismo que, como já acima referido, apresenta-a como fragmentada e dispersa, pois assim lhe é funcional. As

desigualdades entre classes se dão no e pelo espaço. Compreendendo que o espaço vivido, ao mesmo tempo que disjunto, está unificado, é possível percebê-lo “como mediação da reprodução das relações de produção por meio da materialização de novos fixos que orientarão novos fluxos, intensifica, no caso em análise, a contradição e a luta de classes” (MENEZES, MONTEIRO, 2010, p. 04, 05).

As modificações ocorridas no bairro em questão, embora possam significar uma concepção de “desenvolvimento” local, foram realizadas de forma concomitante à desapropriação do território utilizado pelas famílias moradoras do Dom Bosco. Construiu-se um *shopping* e destruiu-se um campo de futebol, transformando o antigo espaço público de lazer em um terreno com declives (antes plano) para dar acesso ao *shopping*. Ampliou-se um hospital particular e foram transferidos pontos de ônibus e a bica utilizada pelas lavadeiras da comunidade.

Percebe-se assim que, além de as instituições que vêm sendo instaladas no bairro não terem seus moradores como público a quem se direcionam, já que necessitam de clientes com grande poder aquisitivo, ocorrendo a elitização dos equipamentos ali instalados, há ainda um movimento de higienização do bairro e das vias de acesso que o cortam e interligam tais equipamentos, como afirmam Menezes e Monteiro (2010). Dessa forma, o custo do desenvolvimento e modernização da cidade é pago pelos moradores do bairro, que sofrem transformações em sua vida cotidiana devido a dificuldades de acesso impostas por esse processo por meio da precarização dos espaços comunitários existentes. Segundo os autores,

Pioneiro na ocupação da região, o bairro Dom Bosco passou a se inserir num contexto completamente diferenciado da função residencial e comunitária existente desde seus primórdios. Sua característica residencial proletária começou a se conflitar com o surgimento de bairros de classe média e com os empreendimentos construídos para atender às demandas desses novos moradores de bairros vizinhos, tornando-se evidentes as disparidades socioespaciais da região (MENEZES, MONTEIRO, 2010, p. 15).

É preciso compreender, portanto, que interesses divergentes mostram-se em jogo nas modificações que ocorrem no bairro Dom Bosco, interesses advindos de classes sociais distintas. É evidente que está ocorrendo um processo de agregação de valor aos espaços situados no bairro e em seus arredores. Enquanto essa mudança proporciona saldos positivos a determinados proprietários, a parcela mais carente dos moradores sofre com o aumento de

impostos como o IPTU e com a retirada de equipamentos sociais e ausência de melhorias públicas a que eles realmente teriam acesso.

Dessa forma, usando as palavras de Corrêa (1989), as “amenidades socialmente produzidas” contribuem para que esse local possa, futuramente, tornar-se mais uma “ex-periferia urbana enobrecida” à custa de uma população pobre que paulatinamente vai perdendo seu lugar no espaço da cidade.

Os conflitos que se concentram sobre o ambiente construído exibem certas características peculiares porque o poder monopolístico, conferido pelos arranjos da propriedade privada, gera, não apenas o poder de se apropriar da renda mas também confere aos proprietários o controle de um “monopólio natural” no espaço. O caráter fixo e imóvel do ambiente construído acarreta a produção e o uso de mercadorias sob condições de competição monopolística espacial, com fortes efeitos de “vizinhança” ou de “externalidades”. Muitas das disputas que ocorrem referem-se a externalidades (o valor de uma residência é determinado em parte pelas condições das que a rodeiam) e cada proprietário está, portanto, muito interessado em assegurar que a vizinhança em conjunto seja bem conservada (HARVEY, 1982, p. 09).

A cidade e o espaço manifestam-se, portanto, não apenas como lugar de consumo, mas também como objeto de consumo, como mercadoria. De formas diferenciadas e por meio de estratégias distintas, a função do espaço enquanto mercadoria naturaliza-se cada vez mais.

Essa relação pode ser percebida, como demonstra Lefebvre (1997, 2008), nos espaços de lazer. Tempo e espaço que se destinariam ao trabalhador, ao seu descanso e relaxamento, possuem importante função social ao capital, pois fazem parte da reprodução da força de trabalho. Dessa forma, participam da reprodução das relações de produção, contribuindo, inclusive, para a manutenção e consolidação das mesmas. Tempo e espaço tornam-se mercadorias. Os lazeres, como afirma Lefebvre (1997),

entram assim na *divisão do trabalho social*, não só porque o lazer permite a recuperação da força de trabalho, mas também porque passa a haver uma indústria de lazeres, uma vasta comercialização dos espaços *especializados*, uma divisão do trabalho social projetada no território, e que entra na planificação global (LEFEBVRE, 1997, p. 247). Grifos do autor.

Dessa forma, os lazeres estão diretamente relacionados aos setores do trabalho produtivo e do consumo. São lugares em que se reproduzem as relações de produção e também a força de trabalho. Não apenas os espaços de lazer, mas também a escola, o mercado de trabalho, a arquitetura, as artes. Pode-se afirmar, inclusive, que essa mercantilização da vida social empreendida pelo capital desenvolve-se com veemência na passagem do capitalismo industrial para o monopolista¹¹, momento em que se expande o capital industrial e, conseqüentemente, o comércio. Em estudo sobre esse período de alterações no papel do capital enquanto produtor, Braverman afirma que

(...) a industrialização do alimento e outros utensílios domésticos elementares é apenas o primeiro passo num processo que de fato leva à dependência de toda a vida social, e de fato a todas as inter-relações da humanidade para com o mercado. A população das cidades, mais ou menos excluída pelo meio natural pela divisão entre cidade e campo, torna-se inteiramente dependente do artifício social para cada uma de suas necessidades. Mas o artifício social foi destruído em tudo menos suas formas comerciáveis. Assim a população não conta mais com a organização social sob formas de família, amigos, vizinhos, comunidade, velhos, crianças, mas com poucas exceções devem ir ao mercado e apenas ao mercado, não apenas para adquirir alimento, vestuário e habitação, mas também para recreação, divertimento, segurança, assistência aos jovens, velhos, doentes e excepcionais. Com o tempo, não apenas necessidades materiais e de serviço, mas também os padrões emocionais de vida, são canalizados através do mercado (BRAVERMAN, 1981, p. 235).

A reprodução das relações sociais de produção – por meio do mercado – ou, como diria Braverman, o “desenvolvimento das relações de mercado como sucedâneo das relações individuais e comunitárias” (BRAVERMAN, 1981, p. 235) encontra-se por toda parte. Essas relações, no entanto, são mascaradas e revestidas de ideologias pelo capital.

Esse mascaramento ideológico encobre parte das relações sociais e suas contradições a fim de obter uma coerência, como diria Lefebvre (2008). “A estratégia de classes tenta assegurar a reprodução das relações essenciais através do espaço inteiro” (LEFEBVRE, 2008,

¹¹ Sobre a instauração da fase monopolista do capital, Braverman (1981) afirma: “Concorda-se geralmente que o capital monopolista teve início nas últimas duas ou três décadas do século XIX. Foi então que a concentração e centralização do capital, sob a forma dos primeiros trustes, cartéis e outras formas de combinação, começaram a firmar-se; foi então, conseqüentemente, que a estrutura moderna da indústria e das finanças capitalistas começou a tomar forma. Ao mesmo tempo, a rápida consumação da colonização do mundo, as rivalidades internacionais e os conflitos armados pela divisão do globo em esferas de influência econômica ou hegemonia inauguram a moderna era imperialista. Desse modo, o capitalismo monopolista abrange o aumento de organizações monopolistas no seio de cada país capitalista, a internacionalização do capital, a divisão internacional do trabalho, o imperialismo, o mercado mundial e o movimento mundial do capital, bem como as mudanças na estrutura do poder estatal” (BRAVERMAN, 1981, p. 215, 216).

p. 56). No entanto, não há coerência nem um sistema fechado. O que existe é uma totalidade aberta, em constante reconstrução, em que o espaço é agente e produto.

Um dos locais especializados em consumo e lazer é o *shopping*. Constituído-se pela agregação de lojas de diferentes especialidades, por setor de serviços, lazer, salas de cinema e praças de alimentação, os *shoppings* caracterizam-se como espaços de consumo e locais propícios para a destinação do tempo livre. No entanto, o acesso aos diferentes serviços disponibilizados em um *shopping* depende de uma determinada condição financeira, tornando-se também um referencial de *status*.

Nessa mesma lógica do consumo de *status* e da ideologia das marcas encontram-se as redes de *fast food*. Seus produtos são consumidos, muitas vezes, muito mais devido ao fetiche da mercadoria do que pelo próprio gosto pelo alimento. Como afirma Mintz (2001), “o produto que o McDonald’s vende e o que as pessoas compram não são necessariamente a mesma coisa, ainda que a empresa tenha sucesso financeiro” (MINTZ, 2001, p. 34). O autor exemplifica em seu artigo *Comida e antropologia – uma breve revisão* a significação que essa marca de *fast food* pode gerar:

Como documentam os ensaios do livro editado por James L. Watson sobre o McDonald’s, *Golden arches east*, na Ásia, essas empresas são também encaradas de maneira diferente. Na China, por exemplo, comer no McDonald’s é sinal de mobilidade ascendente e de amor pelos filhos. Onde quer que o McDonald’s se instale na Ásia, as pessoas parecem admirar a iluminação feérica, os banheiros limpos, o serviço rápido, a liberdade de escolha e o entretenimento oferecido às crianças. Mas também percebe-se que eles gostam mais dessas coisas do que propriamente da comida! (MINTZ, 2001, p. 34).

No Brasil, resguardadas as diferenças culturais em suas devidas proporções, é possível perceber que a marca também exerce sua influência sobre as escolhas do sujeito, seja apenas pelo nome da empresa, seja pelos brindes anunciados, pelo ideário de modernidade, do poder de consumo ou do próprio lugar onde se encontra. Nesse sentido, Paulo Eduardo Arantes, no prefácio de *O nome da marca* afirma que

(...) o Sistema McDonald’s não atua no prosaico ramo da alimentação rápida; trata-se pelo contrário de um outro negócio, um inédito e bilionário gênero de *show-business*, no qual se vendem “experiências”, no caso a

experiência total prometida por uma “simples” marca (FONTENELLE, 2006, p. 13)¹².

Somado o fetichismo do consumo desse tipo de alimento à ideologia consumista emanada pelo *shopping*, esse espaço caracteriza-se como um lugar peculiar de estudo. Reconhecido como espaço do consumo, é também espaço de produção, sendo a última a face em que os jovens estudados se enquadram, destacando-se no processo de construção de sua subjetividade.

2.3 O lugar do trabalho

Em meio às mudanças socioespaciais da sociedade moderna em que o capitalismo, cada vez mais avassalador, vem aumentando a desigualdade e disseminando violências de todas as formas, a cidade é reordenada por agentes sociais distintos, seja o Estado, a iniciativa privada ou os próprios trabalhadores no seu cotidiano.

As formas de ocupação do espaço urbano modificam-se e, caracterizadas pela classe social na qual se localizam os sujeitos, demarcam territórios de pertencimentos e oportunidades de acesso.

O *shopping center*, nesse contexto, trata-se de um equipamento que responde às necessidades do capital, sendo ele um espaço próprio ao consumo e símbolo de *status*.

Esse formato de empreendimento tem sua origem nos Estados Unidos, em um momento em que o surgimento e a expansão dos subúrbios, somados ao advento do automóvel, redefinem as cidades norte-americanas e modificam os hábitos de seus moradores.

Segundo Bienenstein (2001), a proliferação dos automóveis leva à necessidade de espaços comerciais que contenham amplas áreas de estacionamento. Nesse momento, empresários atentam para as vantagens advindas da concentração espacial do capital e logo passam a adotar políticas de aluguel de tais espaços, oferecendo também os serviços de administração desses centros. Dessa forma, os *shoppings* surgem enquanto grandes espaços para locação de lojas, com amplas áreas de estacionamentos, concentrados sob uma única administração responsável pela manutenção e prestação de serviços nos mesmos.

¹² O nome da marca apresenta diversos exemplos da força que a marca McDonald's possui no imaginário social. É interessante observar seu impacto particularmente no oriente e em países antes comunistas – símbolo de liberdade, modernidade e poder.

Na esteira do desenvolvimento dos subúrbios, da indústria, das rodovias e dos automóveis é que nasce o *locus* do objeto desta pesquisa: o McDonald's. A empresa surge, inicialmente, não como uma loja de *fast food*, mas como um *drive-in*, em um período em que os automóveis mexiam com o imaginário dos estadunidenses, associando-os, como demonstra Fontenelle (2006), à liberdade¹³. É o momento em que se expandem os *drive-in* pelas rodovias e por todo o território norte-americano. Essa expansão associa-se também ao desenvolvimento do fordismo, que, para além das empresas Ford, tem seu modelo produtivo disseminado e leva o investimento na produção em massa para diversos setores.

O fordismo ou a produção em massa vinculou-se com o novo objeto de consumo que marcou a civilização do capital no século XX: o automóvel, expressão da conquista do espaço-tempo pelo homem. A ideia de produção em massa continha, em si, uma promessa democrática e de expansão civilizatória do capital que Gramsci traduziu na ideia de americanismo. A difusão do *american way of life*, principalmente após a Segunda Guerra Mundial, baseou-se num modo de regulação macroeconômico virtuoso, de abrangência mundial, capaz e garantir a demanda efetiva para a produção de massa (...) (ALVES, 2011, p. 99). Grifos do autor.

Os irmãos Richard e Maurice Donald investiram então em seu primeiro restaurante em 1937 que, segundo Fontenelle (2006), inicialmente vendia salsichas, incluindo posteriormente hambúrgueres no cardápio. O negócio dos irmãos prosperou durante cerca de 10 anos, quando, devido a sinais de declínio, resolveram fechar o *drive-in* por alguns meses. Quando o estabelecimento é reaberto, traços fordistas destacam-se em sua forma de organização do trabalho e produção. Fontenelle (2006) afirma que

Ao reabrirem, o negócio já não era mais o mesmo: surgia um novo restaurante cuja operação envolvia um mínimo de atendimento personalizado ao cliente e um cardápio enxuto. Os alimentos eram preparados com base numa linha de montagem, e a simplicidade dos procedimentos permitia que os Mc Donald se concentrassem mais na qualidade de cada passo da operação (FONTENELLE, 2006, p. 55).

¹³ As histórias do McDonald's e dos *shoppings centers* serão aqui sucintamente relatadas apenas para situar o objeto desse trabalho. Entende-se que, como são parte desse estudo, porém não sua centralidade, não há necessidade de maiores aprofundamentos.

Segundo Fontenelle (2006), é nesse momento que, embora fisicamente o restaurante ainda mantivesse o formato de *drive-in*, o ramo das lanchonetes McDonald's – cujo boneco que simbolizava a marca chamava-se *Speedee* – modifica-se, passando a ser caracterizado como *fast food*.

Enquanto *drive-in*, o público ávido pelos produtos McDonald's era a juventude, o que se modifica após a reforma executada pelos irmãos, que passaram a ter como clientes trabalhadores e famílias. A partir de então a marca só prosperou, sendo posteriormente comprada por Ray Kroc que, inicialmente, era “o agente nacional de *franchising*¹⁴ dos irmãos” (FONTENELLE, 2006, p. 82) Grifo da autora.

Assim, Kroc foi o grande responsável pela expansão da marca às dimensões atuais, pois investiu pesadamente e apostou no potencial desse modelo para a difusão – primeiramente apenas no território norte-americano para, posteriormente, expandir-se por diversos países em todos os continentes. No Brasil, o primeiro McDonald's data de 1979, inaugurado no Rio de Janeiro, no bairro de Copacabana. O número de pontos da rede no país, hoje, é de 1.158¹⁵.

No caso dos *shoppings*, esses são um pouco mais antigos no Brasil. Surgem no momento em que o desenvolvimento do capitalismo no país e mudanças na sua economia levam-no à “racionalidade burguesa”. Bienenstein (2001) afirma que, nas décadas de 1950 e 1960 o Brasil desenvolve sua dinâmica de acumulação e há aumento de investimentos do capital no país. Como afirma Oliveira (1982), “o que se pode dizer, em linhas muito gerais, é que o período dos anos 50, sobretudo a partir do período Kubitscheck, instala de golpe no Brasil o capitalismo monopolista” (OLIVEIRA, 1982, p. 47). Tais mudanças influenciam, é claro, o ordenamento espacial de então.

No entanto, é importante salientar que concomitante aos processos de desenvolvimento do capital monopolista e de mudanças econômicas e, imbricado a eles, ocorre o desenvolvimento das cidades, podendo-se afirmar que o crescimento urbano é

¹⁴ É importante aqui explicitar o significado do termo *franchising* aqui utilizado. Fontenelle (2006) ressalta que “apesar de a origem do sistema *franchising* estar ligada à rede de serviços resultante da fabricação de automóvel – postos de gasolina e revendedoras de veículos – ou da concessão da marca de refrigerantes da Coca-Cola a engarrafadores licenciados, há uma diferença entre esse tipo de operação – o tradicional *franchising* – e um outro que irá surgir no segundo pós-guerra e que é o modelo adotado pelo McDonald's, que, de fato, foi quem ajudou a formatá-lo: o *business format franchising*. A grande diferença entre os dois está no fato de que, enquanto no primeiro vende-se apenas o direito de usar a marca na venda do produto, no segundo há um padrão a ser seguido pelo franqueado na operação do negócio. No que diz respeito a essa ‘franquia empresarial’ – termo em português adotado por Marcelo Cherto –, a prática de multiplicar o negócio deve vir com a capacidade operacional de estabelecer a uniformidade dos produtos e serviços adotados” (FONTENELLE, 2006, p. 81). Grifos da autora.

¹⁵ Maiores informações a respeito da rede no país serão apresentadas mais adiante nesse trabalho.

condição e resultado desses processos. A urbanização que desponta nesse período é de fundamental importância para a compreensão dos novos arranjos do capital e das formas comerciais que passam a se desenvolver no país. Assim, “os *S.C(s)*. se inscrevem, enquanto novos objetos de consumo coletivo, na malha urbana resultante da nova interação entre acumulação e urbanização” (BIENENSTEIN, 2001, p. 08).

O primeiro *shopping* a ser inaugurado no país foi o Iguatemi, em 1966, na cidade de São Paulo (ABRASCE, 2013). Desde então, os *shoppings* vêm se desenvolvendo, tanto no aperfeiçoamento de suas formas de acumulação, quanto em ampliações e investimentos nos estabelecimentos por todo o território nacional. Atualmente, segundo a Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), são 467 empreendimentos em operação, com estimativa de que 499 estejam funcionando até o final do ano de 2013. Com área bruta locável (ABL) de 11,72 milhões de m² e 28,92 milhões de m² de área construída, em 2012 os *shoppings* brasileiros foram responsáveis pela geração de 877.000 empregos e faturamento estimado de R\$119,5 bilhões nesse mesmo ano.

Dados da Associação revelam que a cada ano os números aumentam, tanto em relação à quantidade de estabelecimentos, quanto à ABL, ao faturamento, tráfego de pessoas e à geração de emprego.

É importante, para melhor compreensão, explicitar o que se considera aqui quando se faz referência a um *shopping*. Tomando como fonte a normatização adotada pela Associação, tem-se que

A Abrasce considera shopping center os empreendimentos com Área Bruta Locável (ABL), normalmente, superior a 5 mil m², formados por diversas unidades comerciais, com administração única e centralizada, que pratica aluguel fixo e percentual. Na maioria das vezes, dispõe de vagas de estacionamento compatível com sua área de vendas e lojas âncoras (ABRASCE, 2013).

Filiados à Abrasce, Juiz de Fora possui três *shoppings*: Alameda Shopping, Independência Shopping e Mister Shopping.

Os *shoppings centers*, que possuem sua iniciativa de construção geralmente advinda da iniciativa privada e, muitas vezes, em áreas infraestruturadas pelo poder público, tornam-se, portanto, um elemento estratégico de acumulação do capital, desde sua edificação –

mobilizando a indústria da construção civil – até sua efetivação enquanto centro comercial (consumo de mercadorias) e espaço de reprodução social.

A questão espacial é também crucial no entendimento do *shopping* enquanto um investimento do capital. Além de instaurar-se em grandes áreas e causar impactos no espaço urbano, o fato de se caracterizar como estabelecimento de pontos locáveis gera a seus empreendedores uma renda do monopólio advinda continuamente dos lucros dos comerciantes que ali se instalam, tornando-se assim, um investimento imobiliário de grande porte – e gerador de grandes lucros.

O universo do *shopping* caracteriza-se por um estilo particular, sempre muito limpo, transparecendo um espaço seguro, muitas vezes sofisticado. Disputa funções do espaço público trazendo-as para o privado, como o encontro que ocorria nas praças e o passeio pelo comércio central das cidades. Segundo Bienenstein (2001),

a produção do *S.C.*, a partir de uma necessidade histórico-concreta posta pelo capital enquanto relação social, além de criar o objeto (*S.C.*) em si, determina um novo tipo de consumidor, através da criação de novos modos de consumir. Nesse ambiente, o “novo” consumidor é totalmente imerso na lógica do capitalismo atual do super-consumo, que imprime um novo significado de coletividade, de socialização, agora forjadas pela intensa mercantilização e estetização. O lugar, a estrutura e a dimensão de uma importante parcela do comércio das cidades reconfiguram-se radicalmente a partir da inserção dos *S.C(s)*. Sua natureza — agregadora de atividades, aliado ao seu porte e sua escala de aglutinação de diversos ramos do comércio e de serviços, tem transformado sobremaneira distintas parcelas do tecido e da vida urbana. Nesse sentido, a cidade já não se apresenta mais como cenário do encontro, da convivência. Sob os auspícios da lógica do superconsumo, seus espaços públicos — ruas, praças — são agora reinventados, privatizados. De um lado, a territorialidade dos vendedores ambulantes e os dos camelôs que engendram a face mais “popular” desse universo e, de outro, os *S.C(s)*, que materializam sua versão mais requintada e, de certa maneira, excludente (BIENENSTEIN, 2001, p. 09).

Junto com os *shoppings*, são difundidas novas culturas, outras formas de sociabilidade que vão influenciar o cotidiano das relações sociais. Não apenas os consumidores que frequentam esses espaços, mas os vizinhos das edificações, os trabalhadores desses centros e tantas outras pessoas são afetados pelas modificações advindas da instauração de *shoppings centers* nas cidades e sofrem impactos dessa “nova” forma de organização e estratégia de acumulação do capital. Segundo Bienenstein (2001),

Combinando os interesses dos investidores e dos comerciantes, concentrando e explorando adequada e racionalmente as diversas vantagens relacionadas à economia de escala e de aglomeração, ele (re)define a centralidade, (re)valoriza as áreas de seu entorno e engendra novas possibilidades, oportunidades assim como constrangimentos aos habitantes da cidade capitalista, delineando, nos dias em curso, novos padrões sociais e culturais, aqui resumidos ao termo sociabilidade (do capital). O *S.C.* pode ser considerado muito mais do que a simples justaposição de um local de vendas com equipamentos destinados ao lazer e à recreação. Na realidade, este objeto tem transformado o ato de consumir em atividade de lazer. Nesse sentido, seus empreendedores lançam mão de diversas estratégias que têm por objetivo prioritário atrair todo e qualquer tipo de consumidor que, nesse ambiente asséptico, de uma forma ou de outra, será compelido ao consumo (BIENENSTEIN, 2001).

No entanto, os *shoppings centers*, além de serem espaços de consumo, são também lugar de trabalho. Porém, o capital separa e dicotomiza as esferas produção x reprodução. Tal dissociação é funcional ao capital, pois alimenta uma ideologia que mascara as contradições das relações sociais. Como afirma Lefebvre (2008).

Os lugares de lazeres, assim como as cidades novas, são dissociados da produção, a ponto dos espaços de lazeres parecerem independentes do trabalho e “livres”. Mas eles encontram-se ligados aos setores do trabalho no consumo organizado, no consumo dominado. Esses espaços separados da produção, como se fosse possível aí ignorar o trabalho produtivo, são lugares da recuperação. Tais lugares, aos quais se procura dar um ar de liberdade e de festa, que se povoa de signos que não têm a produção e o trabalho por significados, encontram-se precisamente ligados ao trabalho produtivo. É um típico exemplo do espaço ao mesmo tempo deslocado e unificado. São precisamente lugares nos quais se reproduzem as relações de produção, o que não exclui, mas inclui, a reprodução pura e simples da força de trabalho. Tudo isso se lê nesses espaços, mas com dificuldades, pois o texto e o contexto estão embaralhados (como num rascunho) (LEFEBVRE, 2008, p. 49,50).

Dessa forma, os espaços de lazer constituem-se em parte da gama de instrumentos do capital que visam à sua reprodução e, cumprindo tal função, são compostos largamente por força de trabalho.

Como um dos setores de trabalho amplamente desenvolvidos no interior dos *shoppings* situa-se o de alimentação, com forte presença das grandes cadeias de *fast food*.

Devido ao grande número de redes desenvolvidas no setor¹⁶, fez-se necessária uma seleção do *locus* a ser estudado, devido aos limites deste trabalho. Foi eleito o McDonald's, líder de mercado no ramo e empresa que representa uma das maiores marcas em relação a conhecimento da população mundial¹⁷, além de ser conhecida também pelo trabalho exaustivo a que seus funcionários são submetidos. O interesse se deu, nesse sentido, pelo contraste existente entre o seu reconhecimento enquanto empresa de renome, conhecida inclusive por trabalhos sociais (como o Mc Dia Feliz¹⁸) e por ser grande empregadora da força de trabalho juvenil, concomitante às frequentes e constantes denúncias trabalhistas à que é sujeitada.

Dessa forma, interessa saber de que forma se dá a sociabilidade dos trabalhadores inseridos em espaços tão peculiares, em que o lazer, a praticidade, o bom gosto, a assepsia e a qualidade do serviço não são pensados para eles, mas por eles prestados. De que forma a força de trabalho, predominantemente jovem, que compõe esse cenário, tem sua subjetividade afetada pelos ideais do capital e do fetichismo que ali se fazem tão presentes, já que tais restaurantes, encontrados em todos os grandes *shoppings*, possuem um fetichismo análogo ao dos centros de consumo.

O *status*, a higiene, a qualidade, a imagem da marca. A fugacidade de que se preza o *fast food* reflete hábitos e relações efêmeros na cultura do descartável, também presente nos *shoppings*. Nos dias atuais, não é apenas a comida que tem seu preparo rápido, mas o avanço das tecnologias é veloz; as roupas e calçados que saíram de moda com o lançamento da próxima coleção devem ser avidamente consumidos; os celulares, computadores e outros tantos aparelhos eletrônicos lançados periodicamente devem ser constantemente trocados; os brinquedos e acessórios infantis (que pretendem ser cada vez mais adultos, enquanto a moda

¹⁶ Embora seja um setor que vem crescendo, não há um sindicato específico a que os trabalhadores das redes de *fast food*, possam se afiliar. Dessa forma, são representados pelo Sindicato dos Trabalhadores em Bares, Restaurantes, Hotéis e Similares.

¹⁷ “A marca escolhida – McDonald's – foi eleita, em 1997 pela Interbrand, consultoria inglesa, a número um do mundo em termos de reconhecimento, desbancando as duas outras poderosas marcas globais, Coca-Cola e Disney, que ficaram, respectivamente, com o segundo e terceiro lugares; os arcos dourados, sua logomarca, já se tornaram mais conhecidos do que a cruz cristã, e são o segundo símbolo mais conhecido do planeta, só perdendo para o dos jogos olímpicos” (FONTENELLE, 2006, p. 28). No site <http://www.interbrand.com> o McDonald's encontra-se em 7º lugar no ranking das 100 maiores marcas do ano de 2012, ficando atrás da Coca-Cola, Apple, IBM, Google, Microsoft, e GE.

¹⁸ O site “Ronald McDonald's traz informações a respeito da campanha: “Coordenado pelo Instituto Ronald McDonald, o **McDia Feliz é a maior campanha do país em prol de crianças e adolescentes com câncer**, além de ser o principal evento comunitário do Sistema McDonald's no Brasil. No McDia Feliz, todo o recurso arrecadado com a venda de sanduíches Big Mac (exceto alguns impostos), vendido separadamente ou na McOferta de Big Mac - além de materiais promocionais confeccionados pelas instituições participantes e tíquetes antecipados - é revertido para instituições de apoio e combate ao câncer infantojuvenil de todo país. (...) A arrecadação do McDia Feliz 2012 foi a maior já atingida no Brasil: **R\$ 18.354.205** com a venda de 1,6 milhão de sanduíches Big Mac” (RONALD MCDONALD, 2013). Em Juiz de Fora, a Fundação Ricardo Moysés Júnior é apoiada pela campanha.

dos adultos procura adotar tendências cada vez mais juvenis) mexem com o imaginário das crianças de hoje que já nasceram na sociedade do descartável. E, em meio a essas e tantas outras mercadorias que perdem rapidamente seu valor no mundo atual, a mais valiosa delas não é tratada de forma diferente: na sociedade em que se preza pela competição e pelo individualismo, a força de trabalho é descartada com a mesma facilidade das demais mercadorias.

Pesquisas demonstram que trabalhadores dos *shoppings* em geral (BAUER, *et al*, 2008) assim como aqueles contratados pelas redes de *fast food* (REIS, 2007) permanecem pouquíssimo tempo em tais empregos.

Bauer *et al* (2008), por exemplo, afirmam em suas pesquisas que grande parte dos funcionários das diferentes lojas do *shopping* estudado possuía até um ano de trabalho no estabelecimento. Verifica-se também que o período de contratação dos funcionários é sempre o mesmo, nos últimos meses do ano, estratégia que se justifica pelo aumento de vendas nesse período. No entanto, os autores destacam que muitos dos funcionários se submetem a contratos temporários. Daí surgem duas lógicas, ambas perversas: findado o período de grandes vendas, parte desses funcionários é dispensada. Para a parcela que fica, porém, em alguns casos a vaga que lhes é oferecida é originária de um trabalhador permanente, que é dispensado para a contratação dos novos funcionários. Esse raciocínio desenvolvido pelos autores justificaria o tempo de permanência na empresa, em geral, de no máximo um ano.

Os gerentes dos restaurantes de Juiz de Fora que foram entrevistados também afirmam que o período de permanência dos jovens nas lojas da rede é em sua maioria efêmero. O Gerente 01 afirma que a média de permanência de funcionários em seu restaurante é de seis meses. Segundo ele, “os que ficam é motivacional” (GERENTE 01), ou seja, a partir de um trabalho de incentivo e de internalização de valores para que os jovens se interessem e ambicionem seu crescimento profissional dentro da própria empresa.

Já o Gerente 02 conta que em seu restaurante a média de permanência é de um ano e meio, embora mensalmente ocorram desligamentos (média de três por mês) e contratações. A maioria dos desligamentos ocorre por interesse do próprio trabalhador. Além disso, o Gerente 02 relata que muitos de seus funcionários deixam a rede para serem contratados por outras lojas do *shopping* – inclusive outras redes de *fast food*. Afirma que os funcionários do McDonald’s são muito capacitados e depois de todo treinamento outras lojas “retiram” esses funcionários. Indagado sobre os motivos que levam os jovens a fazer essa troca, o gerente relata que alguns saem em busca de um salário melhor, outros impulsionados pelo interesse em trabalhar em horários diferentes.

Segundo Arend e Reis (2009), o “sistema *fast food* procura forjar um determinado tipo de trabalhador que possui as seguintes características: ‘multifuncionais’, ‘intercambiáveis’ e ‘descartáveis’” (AREND e REIS, 2009, p. 150) Grifos dos autores. Somados esses atributos – considerados extremamente positivos pelo capital – ao corpo jovem – considerado saudável e imbuído de características como rapidez e agilidade – os jovens, sujeitos em formação, tornam-se instrumentos valiosos para desenvolvimento do capital.

CAPÍTULO III – EXPERIÊNCIA DO TRABALHO E SUBJETIVAÇÃO

A partir do estudo do referencial teórico apresentado pretendeu-se, por meio da apreensão dos processos de trabalho que se desenvolvem na rede de *fast food* McDonald's, compreender a relação entre a experiência de trabalho e os processos de subjetivação vivenciados pelos jovens trabalhadores inseridos nessa empresa.

Alves (2011) utiliza-se da expressão “inovações sociometabólicas” para designar mudanças no tecido social que colaboram para que a atmosfera ideológica no interior das empresas seja modificada, acarretando, inclusive, em efeitos emocionais para os trabalhadores. A partir de estratégias desenvolvidas pela recente reestruturação produtiva, valores passam a ser enraizados não só na esfera da produção, mas também da reprodução das relações sociais e no cotidiano do trabalhador, cujo impacto ideológico “captura” sua subjetividade.

Dessa forma, quando se discute a respeito dos modelos produtivos, para além das inovações organizacionais que os caracterizam, é imprescindível que se considere também a sociabilidade por eles sustentada, cuja relevância é vital a esse modelo produtivo. No caso do toyotismo

As inovações sociometabólicas do capital se disseminam por meio de treinamentos em empresas, políticas governamentais, currículos escolares, aparatos midiáticos da indústria cultural e, inclusive, igrejas, que constituem uma pleora de “valores, expectativas e utopias de mercado” que se cristalizam em noções, vocábulos ou conceitos que falam por nós nas instâncias de produção e reprodução social (ALVES, 2011, p. 90). Grifos do autor.

Desse modo, após o aprofundamento bibliográfico, foi realizada a pesquisa de campo, que compreendeu pesquisa quantitativa e qualitativa, sendo que essa foi composta por entrevistas semiestruturadas. Tais entrevistas foram aplicadas pela própria mestranda aos jovens de ambos os sexos, funcionários e ex-funcionários dos restaurantes McDonald's localizados no Independência Shopping e no Alameda Shopping em Juiz de Fora.

Pretendeu-se a aproximação com a realidade vivenciada por esses jovens, conhecendo seu exercício laboral e, para além da esfera do trabalho, a esfera do seu cotidiano, tornando possível a interlocução dessas esferas e a possibilidade de se conhecerem os impactos do

trabalho em suas relações sociais.

Foram estudadas categorias empíricas como *shopping enquanto lugar de trabalho; equipe, indivíduo, competitividade e produtividade; tempo de jornada*; o entendimento do perfil desses jovens enquanto *estudantes* e por fim, foi pensado a respeito de seus *os projetos de vida*.

3.1 Caracterização do Município de Juiz de Fora

Juiz de Fora é um município localizado na Zona da Mata mineira que, segundo dados do censo de 2010, possui 516.247 habitantes (IBGE). Desses, 87.790 encontram-se na faixa etária entre 15 e 24 anos, sendo 43.782 do sexo masculino e 44.008 do sexo feminino. A tabela a seguir retrata a população do município por faixa etária, assim como os mesmos dados comparados ao estado de Minas Gerais e ao nível federal.

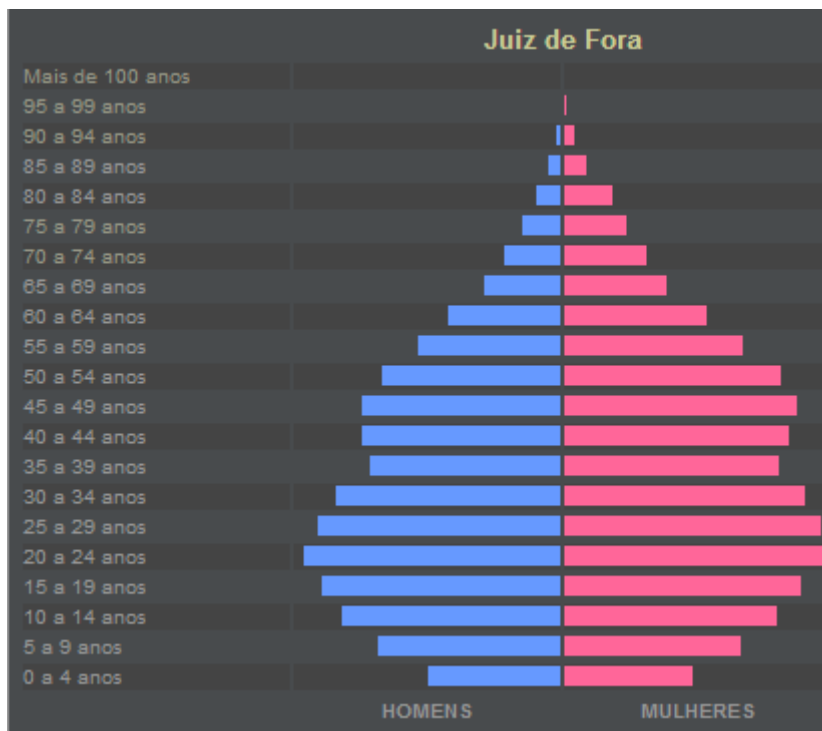
Tabela 03 – Faixa etária e sexo

Idade	Juiz de Fora		Minas Gerais		Brasil	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
0 a 4 anos	11.739	11.283	523.258	504.533	5.638.154	5.444.151
5 a 9 anos	16.047	15.542	726.034	702.961	7.623.749	7.344.867
10 a 14 anos	19.257	18.828	858.109	830.051	8.724.960	8.440.940
15 a 19 anos	21.095	20.980	868.022	851.253	8.558.497	8.431.641
20 a 24 anos	22.687	23.028	874.104	859.390	8.629.807	8.614.581
25 a 29 anos	21.420	22.710	851.586	853.105	8.460.631	8.643.096
30 a 34 anos	19.884	21.179	790.229	805.450	7.717.365	8.026.554
35 a 39 anos	16.748	18.885	694.342	722.116	6.766.450	7.121.722
40 a 44 anos	17.480	19.903	671.738	702.039	6.320.374	6.688.585
45 a 49 anos	17.590	20.508	628.195	666.388	5.691.791	6.141.128
50 a 54 anos	15.843	19.110	548.830	584.829	4.834.828	5.305.231
55 a 59 anos	12.648	15.707	441.415	479.714	3.902.183	4.373.673
60 a 64 anos	9.848	12.550	339.165	376.212	3.040.897	3.467.956
65 a 69 anos	6.668	9.097	251.626	290.172	2.223.953	2.616.639
70 a 74 anos	5.027	7.228	191.852	233.376	1.667.289	2.074.165
75 a 79 anos	3.441	5.544	129.276	168.843	1.090.455	1.472.860
80 a 84 anos	2.178	4.235	76.292	112.030	668.589	998.311
85 a 89 anos	981	2.032	34.862	56.569	310.739	508.702
90 a 94 anos	340	811	12.469	24.269	114.961	211.589
95 a 99 anos	72	193	3.332	7.576	31.528	66.804
Mais de 100 anos	9	34	739	1.904	7.245	16.987

Fonte: IBGE

Dessa forma, a pirâmide etária juizforana destaca a predominância juvenil no município, principalmente no que se refere aos jovens que estão entre os 20 e 24 anos:

Gráfico 01 – Pirâmide etária de Juiz de Fora



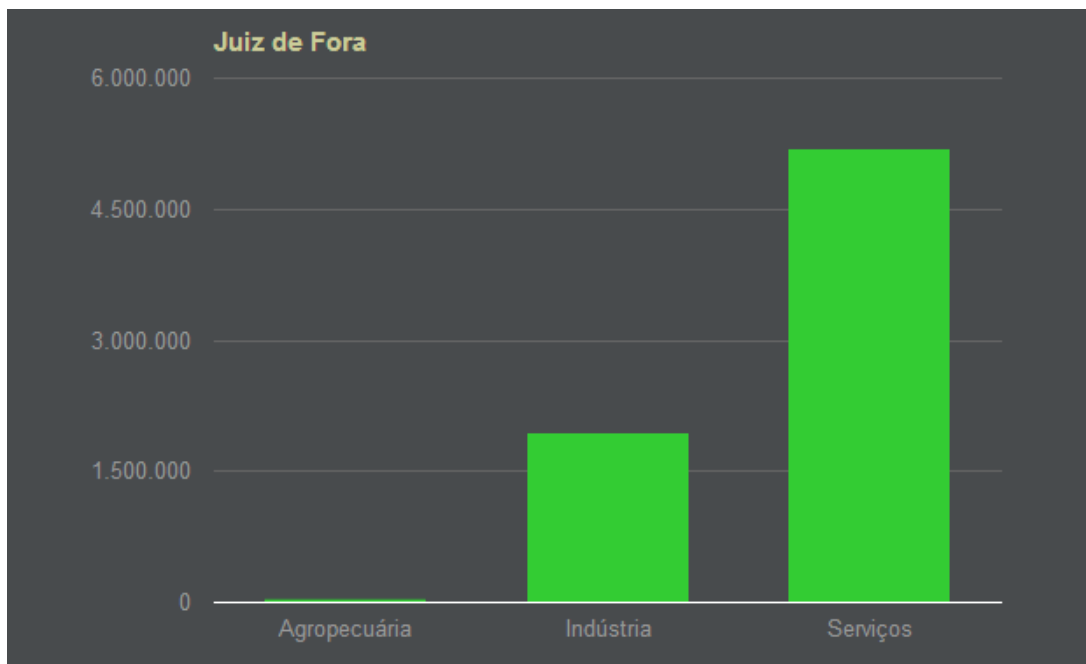
Fonte: IBGE

Segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil 2013 (com dados dos Censos 1991, 2000 e 2010), em 2010 o índice de Desenvolvimento Humano – IDH – do município era de 0,778, acima da média estadual que chega aos 0,731 (PNUD, 2013).

Com área de 1.435,664 km² (IBGE) e população predominantemente urbana (98,90% da população é urbana e 1,13% rural), conta com três distritos e 81 bairros segundo o Anuário Estatístico de Juiz de Fora (2009). Localiza-se a 272 km de Belo Horizonte e 184 km do Rio de Janeiro, estando no eixo que liga as duas capitais por meio da BR-040.

Embora sua origem esteja ligada a atividades extrativistas de minério e posteriormente ter se destacado na produção de café, a cidade ficou conhecida como "Manchester Mineira" devido ao pioneirismo na industrialização, chegando a ser o município de maior importância no estado.

Mantém na atualidade sua influência sobre os municípios da Zona da Mata e é considerada cidade de referência também para alguns municípios sul-mineiros e fluminenses. Com a decadência da indústria no município, possui hoje a maior concentração de seu Produto Interno Bruto no setor de serviços.

Gráfico 02 - Produto Interno Bruto (Valor adicionado)

Fonte: IBGE

Tabela 04 - Produto Interno Bruto (Valor adicionado)

Variável	Juiz de Fora	Minas Gerais	Brasil
Agropecuária	44.562	15.568.048	105.163.000
Indústria	1.948.234	54.306.183	539.315.998
Serviços	5.187.923	97.398.820	1.197.774.001

Fonte: IBGE

No setor de serviços, o ramo da alimentação (referindo-se aqui aos serviços de alimentação para consumo no local, com venda ou não de bebidas, em estabelecimentos tais como lanchonetes, *fast food*, pastelarias, casas de chá, casas de suco e similares, sorveterias, com consumo local, de fabricação própria ou não) emprega 6.507 trabalhadores, segundo dados da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais) disponibilizados no sítio eletrônico do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), sendo que 1.634 têm de 18 a 24 anos e 90 têm até 17 anos.

Desses 1.724 jovens, aproximadamente 140 estão empregados nos dois restaurantes de *fast food* estudados neste trabalho, o que corresponde a pouco mais de 8% desse total. Considerando o porte do município de Juiz de Fora, o fato de apenas dois estabelecimentos agregarem essa porcentagem dos jovens que trabalham no ramo da alimentação (como descrito acima) demonstra o quão significativo se torna o estudo dessa rede em particular.

A partir do breve panorama exposto, serão apresentados dados referentes ao *locus* de pesquisa, o processo metodológico e a pesquisa de campo realizada para a concretização deste trabalho.

3.2 Caracterização do objeto

No sítio eletrônico do McDonald's, rede de *fast food* que se destaca no país, afirma-se que suas franquias estão localizadas em 119 países, contando com um número acima de 33 mil restaurantes e 1,7 milhão de funcionários, que atenderiam 64 milhões de clientes por dia.

Com a chamada “globalização”¹⁹ e expansão dos mercados, que hoje atuam em uma rede mundializada e desterritorializada, a cultura do consumo também se modifica e se expande, o que faz com que as práticas alimentares também se transformem. Arend e Reis (2009) afirmam que

¹⁹ Por detrás do ideário da tão propagada globalização, que procura difundir a ideia de um funcionamento benéfico a todos, esconde-se um modo de dominação específico do capitalismo, dominação essa política e social. Torna-se imprescindível nessa discussão ressaltar o uso da expressão “mundialização”, termo que, substituindo “globalização”, procura uma melhor conceituação, desmitificando a suposta neutralidade da ideia do “global”. Globalização não significa integração igualitária. Esse processo, que só foi possibilitado por meio da liberalização e da desregulamentação, como afirma Chesnais (2001), serviu para que as desigualdades já existentes se tornassem ainda mais gritantes, que o capitalismo polarizasse ainda mais e com uma distância cada vez maior, os países do centro dos da periferia; a riqueza da pobreza, da miséria. “(...) a globalização não tem nada a ver com um processo de integração mundial que seria um portador de uma repartição menos desigual de riquezas. Nascida da liberalização e da desregulamentação, a mundialização liberou, ao contrário, todas as tendências à polarização e à desigualdade que haviam sido contidas, com dificuldades, no decorrer da fase precedente” (CHESNAIS, 2001, p. 12). Iamamoto explicita a contradição da “globalização”, apontando seu caráter desigual e concentrador de riqueza: “Em um mercado mundial realmente unificado, impulsiona-se a tendência à homogeneização dos circuitos do capital, dos modos de dominação ideológica e dos objetos de consumo – por meio da tecnologia e da multimídia. Homogeneização esta apoiada na mais completa heterogeneidade e desigualdade das economias nacionais. Acelera-se, pois, o desenvolvimento desigual, aos saltos, entre empresas, ramos de produção da indústria e de diferentes nações, e, no interior dos países, a favor das classes e grupos dominantes, reafirmando as tendências apontadas por Lênin (1976)” (IAMAMOTO, 2008b, p. 111).

O modelo *fast food* transformou-se em um sinônimo de estilo de vida, em que o tempo é exíguo até mesmo para a realização das refeições. Na esteira da proliferação da indústria de *fast food* emerge a possibilidade de analisarmos, no mercado de trabalho contemporâneo, as experiências de uma classe trabalhadora em formação, constituindo-se na inserção de milhares de jovens brasileiros, de ambos os sexos, no emprego formal (AREND, REIS, 2009, p. 143).

Na esteira dessas transformações existem hoje, no Brasil, quase 700 restaurantes, e 75 McCafé. Ainda, segundo o site da empresa, a fim de atender 1,7 milhão de clientes, a rede emprega em torno de 50 mil funcionários no país e reconhece-se enquanto “núcleo de formação profissional, no qual os jovens são expostos a atividades educativas, visando à qualificação técnica, ao senso de comprometimento com o negócio e a valores como espírito de equipe e responsabilidade social” (MCDONALD’S BRASIL, 2013).

Não se pode negar que a rede é responsável pela criação de um número bastante significativo de empregos juvenis. Aproximadamente 67% de seus funcionários estão hoje em situação de primeiro emprego. É importante, no entanto, conhecer quais as condições de trabalho desses jovens e quais os interesses por parte da rede em empregar pessoas sem experiência.

Para tanto, este estudo materializou sua pesquisa de campo que compreendeu dois restaurantes da rede McDonald’s, sendo que ambos fazem parte da Companhia Arcos Dourados, maior franquia da empresa no mundo, comandada pelo o argentino Woods Staton. As duas lojas encontram-se localizadas em diferentes *shoppings* no município de Juiz de Fora, com características distintas²⁰.

O Independência Shopping, inaugurado em abril de 2008 tem um formato bastante característico dos modernos *shoppings* encontrados nas grandes cidades. Direcionado às classes altas e médias da cidade, tem um estilo sóbrio, com toques de requinte. Encontra-se localizado em um bairro da região central²¹, situando-se próximo ao Centro e a bairros de classe média e alta e no eixo que liga Juiz de Fora aos grandes centros, como Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte.

²⁰ Durante o processo de realização da pesquisa de campo, foi inaugurado um novo restaurante da rede McDonald’s no município de Juiz de Fora, também vinculado a Arcos Dourados. Porém, como a metodologia do trabalho já havia sido pensada e o mesmo já iniciado, optou-se por manter a pesquisa nas duas lojas já existentes anteriormente.

²¹ O endereço disponível no em seu site situa o estabelecimento no bairro Cascatinha; é, porém limítrofe ao bairro Dom Bosco, fato discutido no capítulo anterior.

Destaca-se como o primeiro – e único, até os dias atuais – grande *shopping* da cidade e região. Em seu site, a caracterização apresentada é como um espaço de modernidade e requinte:

Sua arquitetura moderna segue as últimas tendências internacionais: um shopping em curva, com vitrines avançadas que facilitam a visibilidade das lojas, corredores amplos e iluminação natural. Juntam-se a estes diferenciais as varandas externas que permitem uma linda vista panorâmica da cidade (Independência Shopping).

Desde a inauguração, dentre outras redes de *fast food* que ali se encontram presentes, possui um restaurante da McDonald's em sua praça de alimentação.

O Alameda Shopping caracteriza-se por ser um “shopping de vizinhança”, também o primeiro da região. Inaugurado em dezembro de 1999, situa-se também em um bairro da região central, o Alto dos Passos. Esse bairro é caracterizado pela forte presença de bares e restaurantes, concentrando grande movimento nas noites juizforanas e nos finais de semana.

Esse *shopping*, diferentemente do Independência, possui áreas abertas com lojas dispostas para a rua, proporcionando acesso mais amplo até mesmo aos transeuntes. Na extremidade desse *shopping*, encontra-se também um restaurante McDonald's, que se situa em um cruzamento entre ruas, sendo uma delas uma das principais da cidade²². Pelo fato dessa loja não se localizar na praça de alimentação do *shopping*, mas em uma área totalmente externa, não há necessidade de que os consumidores passem por outros espaços ou lojas para terem acesso ao restaurante. Dessa forma, embora seja um lojista do Alameda, sua inserção é bastante peculiar, podendo ser considerado como uma loja adjacente e quase autônoma.

²² No site do Alameda Shopping, o McDonald's figura entre as lojas que lhe pertencem. No entanto, em entrevista realizada com um dos gerentes de plantão do restaurante, no dia 23 de agosto de 2012, o mesmo afirmou que não há vínculo algum entre a loja e o *shopping*. Segundo ele, o espaço de ambos pertence ao mesmo locatário, porém cada estabelecimento paga o valor de seu aluguel separadamente. Já em entrevista com um dos administradores do Shopping, no dia 24 de agosto de 2012, foi afirmado que o restaurante é sim um dos lojistas do Alameda, com vínculo contratual, inclusive. O Gerente 02 também afirma que o restaurante é um lojista desse *shopping*.

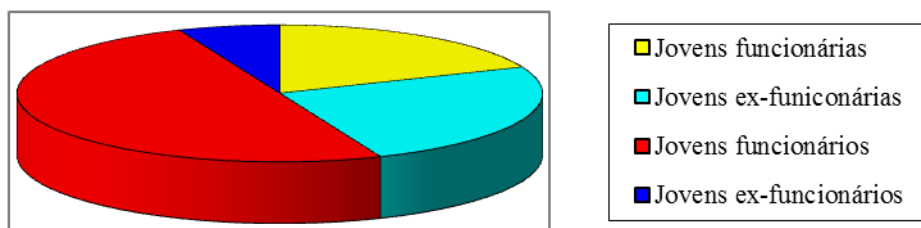
3.3 Jovens trabalhadores e o processo de realização das entrevistas

O processo de realização das entrevistas foi iniciado no dia 30 de novembro de 2012 e encerrou-se no dia 15 de maio de 2013. Durante esse período de cinco meses e meio foram realizadas 14 entrevistas, contemplando jovens atendentes, treinadores, gerentes de plantão e gerentes de restaurante das duas lojas selecionadas do McDonald's – localizadas no Alameda Shopping e no Independência Shopping.

Além disso, foram realizadas duas entrevistas piloto em outubro e novembro de 2011, durante o processo de elaboração do trabalho apresentado na banca de qualificação, com o objetivo de se conhecer um pouco da realidade vivenciada pelos jovens trabalhadores da rede e subsidiar os caminhos a serem percorridos nesse estudo.

Dentre os 16 entrevistados, sete são do sexo feminino e nove do sexo masculino. Onze deles trabalhavam no restaurante na época da entrevista e cinco já haviam se desligado da loja. Cruzando esses dados, temos três jovens funcionárias, quatro ex-funcionárias, oito jovens funcionários e apenas um ex-funcionário²³.

Gráfico 03 – Jovens entrevistados por sexo e em relação à existência ou não de vínculo com a empresa



A proposta metodológica compreendeu a técnica de saturação, ou seja, seriam realizadas tantas entrevistas quanto fossem necessárias, até que as respostas passassem a se repetir com determinada frequência.

Foram utilizadas três formas diferenciadas de abordagem. Inicialmente a procura pelos jovens funcionários e ex-funcionários ocorreu por meio de redes sociais, ou seja, indicados por pessoas conhecidas. No entanto, dentre os indicados apenas um ainda trabalhava na rede,

²³ A representatividade assimétrica se deve à forma de abordagem realizada durante o processo, que será apresentada a seguir.

sendo que o restante (cinco jovens) já havia se desligado da empresa. As diferentes épocas em que esses funcionários tiveram vínculo com o McDonald's inviabilizariam a realização de uma análise comparativa e que se aproximasse da realidade. Dessa forma, entendeu-se que seria necessário buscar outras alternativas para que ocorresse a aproximação com esses jovens.

É relevante esclarecer que a escolha por essa forma inicial de abordagem se justifica pelo interesse de não haver mediação por parte da rede, pois acredita-se que quando o contato é feito através da própria empresa as chances de que haja algum tipo de manipulação ou indução de respostas aumentam substancialmente, o que comprometeria os resultados da pesquisa.

Porém, a partir das dificuldades encontradas em localizar esses jovens por meio de redes sociais, foi utilizada uma segunda estratégia. A mestranda realizou abordagens com jovens trabalhadores em seus locais de trabalho, convidando-os para participar da pesquisa. Esse contato ocorreu em momentos de baixo movimento e era proposto que as entrevistas ocorressem fora do horário e do local de trabalho.

O convite foi realizado a diversos jovens e muitos deles se dispuseram a participar da pesquisa. Contudo, durante o período de abril a junho de 2013, apenas um deles compareceu. Houve insistência por parte da mestranda, que entrou em contato com os mesmos jovens por diversas vezes. Alguns chegavam a marcar data e local, porém não compareciam. Duas jovens, inclusive, chegaram a justificar a ausência e marcar novos encontros, porém novamente não compareceram aos locais combinados.

Acredita-se que essa ausência se justifica por não conhecerem a pesquisadora, o que talvez as tenha levado a um não comprometimento com o compromisso assumido ou até mesmo por desconfiança.

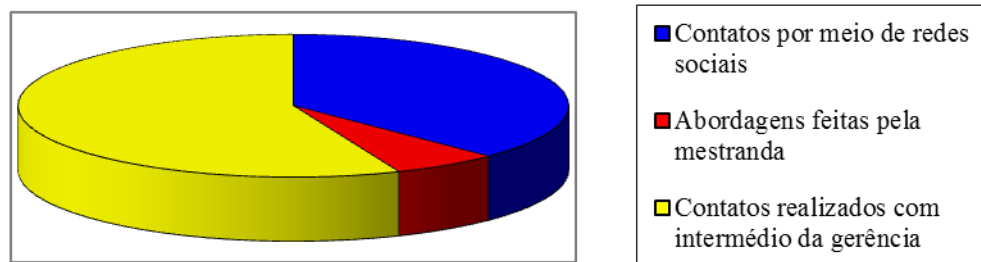
Devido à dificuldade encontrada durante o processo e aos prazos determinados para a finalização deste trabalho, houve necessidade de se acatar as condições objetivas da realidade impostas à realização deste estudo. Dessa forma, após a realização de sete entrevistas, foi realizado o contato com a gerência dos restaurantes e as entrevistas seguintes ocorreram com a ciência e a intermediação dos gerentes²⁴.

Do total de 16 entrevistas, nove foram realizadas a partir dos contatos realizados com as gerências, seis através de contatos estabelecidos por meio de redes sociais e apenas uma a

²⁴ Uma entrevista foi realizada no mesmo espaço em que se encontrava o gerente da jovem funcionária. Durante a conversa entre a jovem e a pesquisadora, o gerente, que aparentemente se dedicava a outras atividades, chegou a intervir nas respostas de algumas questões.

partir da abordagem realizada diretamente pela mestranda ao funcionário, como ilustra o gráfico abaixo.

Gráfico 04 – Forma de abordagem utilizada para realização do convite ao entrevistado



É interessante observar a discrepância entre os testemunhos dados pelos jovens que se encontravam na condição de funcionários da empresa e por aqueles que já não mais possuíam vínculos com a mesma. A percepção da exploração por parte desses últimos é muito mais nítida, seja pelas vivências posteriores em outras experiências laborais, pela distância e afastamento temporal que lhes permitem outra visão do que foi vivenciado, pelo amadurecimento pessoal e profissional ou ainda simplesmente pelo desligamento, que possibilita também o rompimento com os ideais impostos pela rede.

Dos entrevistados, 10 se encontravam em situação de primeiro emprego. Segundo o depoimento do gerente da loja localizada no Alameda Shopping, esse número corresponderia à porcentagem relativa a seu restaurante, já que afirmou que entre 60% e 70% dos funcionários estão vivenciando seu primeiro emprego. Já no restaurante do Independência Shopping, segundo seu gerente, esse percentual chegaria a 90%, 95%. Ambos os gerentes, inclusive, tiveram sua primeira inserção no mercado de trabalho no McDonald's (o primeiro há oito anos e meio e o segundo há onze anos).

Essa é uma característica importante pela qual a rede se destaca. Além das informações fornecidas pelos gerentes, o próprio site da empresa, como já citado, afirma que cerca de 67% de seus funcionários tiveram seu primeiro emprego em seus restaurantes. Questionados a respeito, o Gerente 01 afirma que preferem jovens inexperientes a fim de “moldá-los”. O Gerente 02, nesse mesmo sentido, argumenta: “Porque o pessoal não vem com vício, né, não vem com outras experiências, então a gente tem todo um treinamento,

então acho que é mais fácil de lidar com jovens que não tenham vícios, que não tenham vindo de outro lugar” (GERENTE 02). Ainda segundo esses gerentes, a média de idade dos funcionários no Restaurante 01 fica entre 16 e 17 anos. Já no Restaurante 02, embora cerca de 50% dos funcionários compreenda menores, a média chega a alcançar os 19 anos.

Essa política de contratação não é uma preferência apenas desses supervisores, mas uma orientação da própria rede McDonald’s. Por meio das entrevistas, é possível perceber que os jovens que estão vivenciando sua primeira experiência profissional assimilam mais – e incorporam – as normatizações da empresa, sem muitos questionamentos. Isso é ainda mais verificável naqueles que são menores.

O fato de nove das 16 entrevistas terem sido realizadas com jovens indicados pela gerência pode gerar questionamentos a respeito dos depoimentos dados por esses jovens. Ainda assim, devido à recorrência de respostas bastante semelhantes que caracterizam o trabalho e as relações envolvidas em seus processos, torna-se plausível considerar que os resultados representem parte da realidade, mesmo que essa se apresente de forma diversa e multifacetada.

Dessa forma, a partir das categorias empíricas propostas, pretende-se apresentar uma análise das entrevistas realizadas e, a partir de seus resultados, pensar a respeito do impacto do trabalho no McDonald’s na produção da subjetividade de seus jovens funcionários.

3.4 A percepção dos jovens sobre o trabalho na rede estudada

Nesse item, pretende-se apresentar os resultados obtidos a partir das entrevistas, tendo como base as categorias empíricas propostas. É importante salientar que algumas puderam ser mais exploradas do que outras, talvez por estarem mais presentes no cotidiano juvenil. Houve também algumas que pouco puderam ser percebidas e discutidas com os entrevistados, devido à própria subjetividade por eles construída e a ideários difundidos em seus meios. É o que se verá a seguir.

Jornada de trabalho, escolarização e tempo fora do trabalho

A relação dos jovens entrevistados com os estudos é algo de grande relevância a ser abordado nesta pesquisa. Nesse caso específico, procurou-se associar a discussão do estudo à

inserção no mercado de trabalho, já que se sabe que o jovem se encontra em período de formação, cuja dedicação à aprendizagem é algo essencial e que implicará em impactos no seu futuro. Essa discussão possui intrínseca relação com o tempo de jornada de trabalho, já que esse irá determinar as horas sobranes destinadas a estudo, descanso, lazer e vida social.

Dessa forma, uma primeira questão a ser considerada diz respeito à carga horária cumprida no McDonald's. No restaurante localizado no Alameda Shopping os funcionários maiores de idade devem trabalhar 8 horas diárias e os menores 7 horas, sendo que todos têm direito a 1 hora para descanso e refeição. Já no Independência Shopping a carga horária é de 7 horas com 1 hora de intervalo para todos os jovens. Em ambos restaurantes os funcionários tem duas folgas semanais fixas e um domingo no mês (na semana em que descansam no domingo os jovens trabalham em uma de suas folgas semanais). Entretanto, conforme explica o Gerente de Plantão, em “mês de venda”, como férias e final de ano, é diminuído um dia de folga.

Em relação à jornada de trabalho dos funcionários, os dois gerentes de restaurante entrevistados afirmam que atualmente a rede não mais se utiliza da jornada móvel, embora fosse uma prática adotada pela empresa há algum tempo – segundo os dois gerentes, “há mais de um ano” (GERENTE 01). O Gerente 02 afirma: “Não há jornada móvel. Antes havia (há mais de um ano), de acordo com o movimento, pois eles economizavam aquela hora do funcionário. Agora não mais” (GERENTE 02).

A prática da jornada móvel transfere ao empregado os riscos da atividade econômica. Como o pagamento efetuado pelo McDonald's se baseia em horas trabalhadas, nos dias de pouco movimento alguns jovens eram dispensados do trabalho e, conseqüentemente, não recebiam por essas horas. Entretanto, a jornada móvel foi proibida judicialmente, com decisão publicada pelo Ministério Público do Trabalho no dia 19 de março de 2013. A ação civil pública permitiu que essa proibição, que antes era isolada, com obrigatoriedade de cumprimento para apenas algumas lojas da rede, passasse a ser nacional. No dia 20 de março de 2013, o jornal Brasil de Fato noticia que

Segundo o Ministério Público do Trabalho (MPT) em Pernambuco, que ingressou com uma Ação Civil Pública contra a Arcos Dourados em 2012, este tipo de jornada não permite que o trabalhador tenha qualquer outra atividade, isso porque durante uma mesma semana de trabalho ocorrem variações no que diz respeito ao horário de início e término do expediente. (...) A decisão da juíza Virgínia Lúcia de Sá Bahia, da 11ª Vara do Trabalho do Recife, amplia a abrangência de uma liminar concedida ao

MPT/PE em agosto de 2012, que proibiu a prática da jornada móvel e variável no estado de Pernambuco. Segundo o procurador Leonardo Osório Mendonça, após a concessão da liminar o MPT ingressou com nova petição mostrando que as irregularidades decorrentes desse tipo de jornada de trabalho adotada pelo McDonald's eram cometidas em todo o país (BRASIL DE FATO, 2013).

A jornada móvel fazia com que o trabalhador ficasse à disposição da empresa muito mais tempo do que as horas trabalhadas. Os gerentes afirmam que hoje há uma escala que é previamente informada aos funcionários. Há, porém, divergências no que diz respeito à divulgação dessas escalas. O Gerente 01 afirma que sua disponibilização é realizada com vinte dias de antecedência (do dia de trabalho), já o Gerente 02 informa que é lançada dez dias antes do fechamento do mês.

O Gerente 02, explicando a relação das horas trabalhadas com o salário recebido pelos funcionários e a não ocorrência da jornada móvel, afirma: “O salário é praticamente fixo. O que muda são horas-extras, adicionais noturnos. Há acesso pela internet para calcular o salário. Dez dias antes de fechar o mês sai a escala do mês seguinte. Só é sujeita a mudanças por solicitação formal dos atendentes” (GERENTE 02). Em relação às folgas semanais, o Gerente 01 informa que o dia de folga pode mudar, porém reforça que o horário de trabalho é fixo. No entanto, devido ao sistema interno de rotatividade de funções, é determinado na hora quem vai trabalhar em qual área naquele dia (GERENTE 02). Ambos também admitem que os funcionários fazem hora extra e que recebem por elas.

Além da carga horária (não considerando as horas extras), é preciso considerar o tempo gasto para deslocamento de casa (ou da escola, no caso de alguns jovens) até o trabalho.

O Gerente 01 afirma que não há critérios de contratação quanto à região de domicílio. Já o Gerente 02 relata que, devido à dificuldade de locomoção, a maior parte dos funcionários é da região onde se localiza o restaurante. Segundo ele, atualmente a situação está melhor, porém, há algum tempo havia poucos ônibus que pudessem facilitar a mobilidade de bairros distantes até o *shopping*. Hoje cerca de 60% dos funcionários são moradores de bairros localizados no entorno do referido *shopping*, como Dom Bosco, São Mateus ou o próprio Cascatinha. O Gerente 02 afirma que prefere esse perfil pela proximidade para ir trabalhar. Mas conta que há também funcionários de Santa Cruz (Zona Norte), por exemplo, e outras localidades distantes.

Verifica-se, porém, que muitos dos jovens gastam parcela significativa do seu tempo com o deslocamento até o local de trabalho. A Jovem 09, por exemplo, mora no bairro Vila Esperança e cursa o 3º ano do Ensino Médio em Benfica (Zona Norte). Para chegar ao restaurante localizado no Alameda Shopping, seu trajeto dura cerca de 1 hora na ida e para voltar para casa, 2 horas. Assim, somadas as 3 horas de locomoção à sua carga horária de 8 horas, são 11 horas de seu dia dedicadas à empresa.

Quando questionada sobre a relação entre trabalho e estudo afirma que o trabalho não atrapalhou os estudos. “Fica cansativo, mas não atrapalhou. Tem que ter força de vontade. Tem gente que não aguenta não” (JOVEM 09)²⁵.

Esse tipo de relato foi encontrado frequentemente pela pesquisadora. Muitos dos jovens ressaltaram que após se inserirem na rede passaram a sentir cansaço, mas que isso não atrapalhou os estudos. Porém apresentam impressões contraditórias, pois ao mesmo tempo em que afirmam que não atrapalhou, relatam casos de outros funcionários que não conseguiram conciliar trabalho e estudo.

O Jovem 02, que cursava o 1º ano do Ensino Médio em uma escola de seu bairro, também afirma que não considera que o trabalho atrapalhe o estudo, apesar de ser cansativo. Relata que não notou diferença nas notas, dizendo que continuam basicamente as mesmas, porém pensou um pouco antes de responder a esse questionamento.

Indagado se além do horário que fica na loja e o que está na escola sobra tempo para estudar ou se a dedicação escolar é só durante o tempo que realmente está na escola, o jovem responde que dá para dividir o tempo entre lazer, trabalho e estudo. Questionado se no caso de uma prova ou necessidade de realização de um trabalho escolar há liberação por parte da empresa, ele afirma que sim, que há incentivo para o estudo “porque para crescer no cargo tem que estudar” (JOVEM 02) Conta que é só conversar que “eles” não dão advertência. “Mas que tem que ser, assim, uma pessoa empenhada no trabalho, né, não pode pisar na bola” (JOVEM 02).

Alguns dos entrevistados discordam no que diz respeito ao incentivo aos estudos e sobre a compreensão no caso de faltas. Talvez essa divergência se justifique pela última frase do jovem, em que fica claro que há tratamento diferenciado entre os funcionários.

Outra questão interessante de se observar é a afirmação feita pelo rapaz de que para crescer na empresa é importante estudar, pois não há relação direta entre ensino formal e os

²⁵ É importante destacar que essa entrevista foi realizada com a presença do gerente.

cargos assumidos na empresa. Para mudarem de patamar na hierarquia do McDonald's, os funcionários devem passar por avaliações práticas e teóricas sobre o trabalho na própria rede.

A Jovem 06 conta que o trabalho atrapalhava um pouco os estudos porque era cansativo, o tempo ficava corrido. Na hora do *break*²⁶ dava para estudar um pouco. Fazia bastante isso. Mas considera que não atrapalhou no rendimento. No decorrer da entrevista, porém, faz outra afirmação quando justifica sua saída da empresa que pode ser considerada contraditória: “Saí porque não *tava* aguentando mais. Saí porque *tava* muito puxado. Eu *tava* assim, *tava* perto de terminar os estudos, já *tava* com medo, porque meio que atrapalha, né. Daí já saí” (JOVEM 06). Ou seja, pensando em dar continuidade aos estudos para além do Ensino Médio, a jovem considerou que permanecer trabalhando no McDonald's comprometeria seu desempenho.

A Jovem 13 também relata que é um pouco cansativo. Conta que, enquanto estava trabalhando à noite, parou de estudar porque não gosta de estudar de manhã. Depois de 2 meses e meio mudou para o turno da manhã e voltou para a escola. Afirma que em muitas ocasiões não tem tempo para estudar. Mora no bairro Santa Rita e estuda no Manoel Honório, gastando cerca de 45 minutos pra ir trabalhar e 1 hora e 15 minutos pra voltar, somando 10 horas de dedicação ao trabalho. Assim, quando há prova, estuda na hora do intervalo e afirma que tem tempo para lazer quando a semana está tranquila na escola.

O Jovem 15 relata que “apertou mais na escola” (JOVEM 15). Assim como a Jovem 14, estuda durante o horário de almoço e nas folgas.

Até mesmo o Gerente de Plantão entrevistado afirma que é difícil conciliar estudo e trabalho. Conta que quando era atendente “matava” serviço e aula, cada época um deles, para dar conta. “Tem dia que eles chegam atrasados, eu pago hora para eles (...) [Eu] Não aguentava, saía morto. Meu físico não tinha suporte pra isso. Psicológico muito menos. Dormia sem banho, sem comer” (GERENTE DE PLANTÃO).

Diferentemente de seus colegas, o Jovem 08 não estuda. Parou no 2º segundo ano do Ensino Médio, mas afirma que foi por preguiça, que “saiu à toa, por vontade de ficar a toa” (JOVEM 08) Afirma também que não pretende deixar o McDonald's. Está há 2 anos e 2 meses na empresa e ocupa o cargo de treinador. Embora esse jovem não associe sua saída da escola com a inserção no mercado de trabalho, a Jovem 01 afirma:

²⁶ É denominado *break* o tempo de descanso de 1 hora destinado aos funcionários.

(...) Só que pra você estudar, pra você querer ser uma, uma pessoa formada, você tem que suar muito. Tinha gente que chegava lá e ia estudar, dormia em cima dos cadernos. Tinha gente que faltava porque tinha prova. Tinha gente que parava de estudar porque não tinha condições de estudar e trabalhar ao mesmo tempo pelo horário que era puxado (JOVEM 01).

No mesmo sentido, a Jovem 04 relata: “Não tinha nenhum incentivo em relação a estudo. Em caso de prova, algo assim, tinha que negociar na escola e não no trabalho. Não tinha tempo pra estudar e vivia com sono. Não tinha tempo mesmo” (JOVEM 04).

Essa jovem morava num sítio na BR-040. Estudava de manhã. O pai a buscava na escola para almoçar em casa e depois a levava ao McDonald’s. À noite ele saía do trabalho e ficava esperando a filha para levá-la embora. De carro o trajeto demorava de 40 minutos a 1 hora. Depois de um tempo mudou-se para o bairro Mariano Procópio, passando a gastar no máximo 20 minutos a 30 minutos no trajeto.

Além disso, até mesmo um dos gerentes relata que há necessidade de que os jovens façam hora extra: “Às vezes alguns fazem hora extra, mais à noite e quando há recebimento de mercadoria. Recebem financeiramente” (GERENTE 02).

Em uma das entrevistas realizada com um jovem que ainda não havia completado 18 anos, indaga-se sobre a questão de menores não poderem trabalhar depois das 22 horas. O jovem conta que apenas uma vez chegou a trabalhar até 22 horas e 15 minutos, mas que já tinha batido o ponto (como se essa postura fosse algo positivo, já que beneficiaria a empresa). Justifica que foi “porque a loja tinha pouco funcionário e um filão enorme, entendeu? E o gerente lá é gente boa, entendeu, tudo que eu precisava ele, entendeu, ‘não, pode’!... Amigão mesmo, aí eu fiquei ajudando até dez e quinze, até o pessoal da madrugada chegar” (JOVEM 02).

A Jovem 14 afirma que sempre faz hora-extra. Outra jovem conta: “(...) bem ou não a gente fazia hora extra. Eu não gostava, uma das coisas, porque eu perdi meu ônibus duas vezes. Duas horas da manhã eu estava na rua. E eu sou muito medrosa, não gostava...” (JOVEM 01). Essa ex-funcionária morava em Santa Cruz (Zona Norte) e conta que era a única que saía um pouco antes para pegar ônibus. Porém duas vezes perdeu seu ônibus, ficando da meia-noite às 2 horas (horário do próximo ônibus) sozinha na rua.

A mesma jovem narra o trajeto do ônibus. Ela pegava o “66”, que sobe a Avenida Rio Branco até o Bom Pastor, às 14 horas e 15 minutos para trabalhar às 16 horas. Mesmo assim chegava cerca de 15 minutos atrasada. O ônibus também sempre atrasava, segundo a jovem. Às vezes ela pegava dois ônibus, quando saía mais tarde. À noite ela saía às 23 horas e

45 minutos porque o ônibus passava às 23 horas e 50 minutos e chegava em casa 1 hora, 1 hora e 15 minutos. Ou seja, a duração do trajeto percorrido pela jovem era superior a 3 horas, o que significa que mais de 11 horas de seu dia eram dedicadas ao trabalho.

Para além da discussão sobre o tempo necessário à dedicação aos estudos, é relevante destacar que os jovens trabalhadores necessitam também de momentos de descanso, lazer, ócio, convívio familiar e social. Muitos dos jovens entrevistados contam que devido a sua inserção no McDonald's não lhes restava muito tempo livre, restringindo suas formas de sociabilidade.

O Jovem 16 afirma que gosta de trabalhar e não se importa em fazê-lo nos finais de semana: “Não tinha nada pra fazer domingo, ficava à toa em casa” (JOVEM 16). No entanto, essa postura é realmente uma exceção, considerando os jovens entrevistados.

A Jovem 04, por exemplo, relata: “Final de semana que normalmente tem tempo pra ficar com a família, a gente não tem isso porque trabalha no fim de semana”. Ou seja, perde-se o convívio de lazer com a família. Nesse mesmo sentido o Jovem 15 aponta como fatores negativos do McDonald's ser necessário trabalhar em feriados e finais de semana. Além disso, destaca que mora no bairro Santo Antônio e gasta cerca de 1 hora, 1 hora e 30 minutos de trajeto de casa até o trabalho. Nos dias de semana vai direto da escola, que fica no centro, gastando em torno de 30 minutos no trajeto até o Independência Shopping.

A Jovem 06 também conta que sua folga era na segunda e não tinha tempo para lazer. Ao contrário do Jovem 02, que afirmou conseguir dividir seu tempo entre trabalho, estudo e vida social, essa não é a opinião da maioria dos entrevistados. Relatam que o desgaste e cansaço proporcionados pelo trabalho, assim como a falta de tempo, impedem ou ao menos restringem o tempo antes dedicado ao lazer. Já o Jovem 15 relata que não sai muito com os amigos atualmente porque fica cansado.

A Jovem 14 afirma que às vezes dá tempo de sair, às vezes não. Conta que antes saía mais, namorava... Afirma que seu namoro terminou por uma discussão, mas acha que se começar a namorar de novo “vai ficar muito puxado” (JOVEM 14).

É interessante observar que essa não é a única entrevistada a relacionar rompimentos em sua vida pessoal e amorosa com o trabalho no McDonald's. A Jovem 01, por exemplo, relata sua história da seguinte maneira:

Eu estava em um período da minha vida que não era muito fácil. Muita pressão, eu *tava* muito cansada da minha vida. Até mesmo com o meu noivo,

eu até cheguei a terminar com ele por causa do McDonald's. Eu dei a desculpa que era por causa dele, mas não era. É porque eu já *tava* cansada (JOVEM 01).

A Jovem 05, quando indagada sobre tempo para lazer afirma: “trabalhava de segunda a segunda. Uma folga por semana²⁷, então você aproveitava pra descansar. Se tivesse que sair, saía depois do trabalho. E domingo não tinha como, saía onze” (23 horas). (JOVEM 05).

Assim, pode-se afirmar que para a maioria dos jovens entrevistados o trabalho apresenta-se como limitador de atividades de lazer e vida social, experiências de extrema importância não apenas para essa geração, mas para o ser humano de todas as idades. Embora muitos deles não reconheçam, fica implícito – e por vezes explícito – o impacto do trabalho também na esfera educacional.

É interessante observar em suas falas a conformação com a situação vivenciada. O jovem 07, por exemplo, que mora no bairro Santa Rita e gasta cerca de 1 hora no trajeto casa-trabalho, afirma que pratica esporte e vai à academia. Conta que antes de começar a trabalhar saía mais. No começo sentiu falta, agora já se acostumou.

O verbo “acostumar” é muito presente nos depoimentos para relatar que se acostumaram com a pressão do trabalho, com a correria, com menos tempo para se dedicarem aos estudos, com a falta de tempo para lazer, ficar com a família ou para a vida social.

A Jovem 01 relata que chegava em casa de madrugada e ia tomar banho. Às vezes tinha vontade de jantar porque o cheiro do lanche tirava a vontade de comer no restaurante, que tinha gente que nem comia. Porém, na casa dela estava todo mundo dormindo, não tinha ninguém para conversar. Ela diz que era bastante ruim porque ficava muito sozinha.

Na época em que essa jovem trabalhou no McDonald's, a alimentação fornecida pela rede ainda eram os sanduíches produzidos pelos próprios jovens. Atualmente a refeição é composta por arroz, feijão, carne (a mesma dos sanduíches), salada e fruta como sobremesa. Aos domingos os funcionários podem optar por comer o lanche ao invés da refeição.

²⁷ Atualmente, como já descrito neste trabalho, os funcionários do McDonald's possuem duas folgas semanais, exceto em períodos de grande movimento como férias escolares e final de ano. Essa jovem, ex-funcionária, trabalhou na rede em uma época em que havia apenas uma folga semanal.

Relações no trabalho e hierarquia

A organização do trabalho no McDonald's, como discutido no Capítulo II, faz-se a partir de padronizações rígidas de procedimentos e controle. No entanto, resguarda particularidades que se destacam na fala dos jovens.

Iniciando pela discussão da alimentação, recentemente modificada na rede, percebe-se que as relações existentes no interior do restaurante não são completamente homogêneas.

Segundo alguns gerentes e jovens, durante os dias de semana, não há possibilidade de trocar a refeição por sanduíche, mas alguns jovens chegaram a afirmar que isso acontece sim, assim como um gerente, sob a justificativa de que eles trabalham muito, ou seja, como uma forma de compensação.

Uma jovem conta que “às vezes sobram algumas coisas do café, pra não jogar fora, dão aos funcionários para comer. Às vezes dão e outras não. Depende do gerente. Sobremesa também. Recebem às vezes como gratificação por ficar um tempo a mais” (JOVEM 13). Segundo ela, a mesma coisa acontecia em relação a bater ponto em casos de hora extra. A jovem, inclusive, cita nomes de gerentes que têm o costume de agir dessa forma.

Os gerentes afirmam que funcionários em situação especial (que apresentam atestado, estão com anemia, dentre outros casos) podem comer fora do horário, não havendo necessidade de esperar pela hora do intervalo. No entanto, houve relatos de jovens de que não havia essa flexibilidade.

Uma funcionária contou que quando estava grávida recebeu orientação médica para que fizesse uma dieta em que seria necessário se alimentar de três em três horas. Isso, porém, não era permitido. Outra jovem relata que mesmo as grávidas não podiam sentar em momento algum.

Havia muitas grávidas no sorvete (...) e elas levavam banquinho para sentar. Mas também não podiam ficar muito sentadas porque eles chamavam atenção. E chamavam atenção na frente do cliente. (...) O único lugar onde pode sentar é do *drive-thru* (JOVEM 01).

Outra questão a ser questionada envolvendo a discussão da alimentação dos funcionários diz respeito ao horário do *break*. O horário de intervalo para as refeições, com duração de 1 hora, não é predefinido ou fixo de acordo com o horário de entrada e saída dos

funcionários. O jovem pode ser designado pela gerência a qualquer momento para fazê-lo, de acordo com a necessidade e movimento do restaurante.

O problema é que nós entrávamos 15h30 e já lanchávamos 16h. Ficávamos de cinco (17h) às onze (23h) sem comer. Ou era aquele horário ou você não comia. Ou ficava morrendo de fome até às onze horas. (...) E era aquela fome, tremendo, aquela dor no pé (JOVEM 05).

A Jovem 01 também relata que mal chegava e já tinha que lanchar para que na hora do Misterioso²⁸ estivessem todos à disposição. Dessa forma, muitos jovens ficavam durante horas sem comer, prejudicando a saúde dos mesmos.

Interligando essas duas questões – os horários destinados à refeição e a existência do Misterioso – percebe-se que no primeiro caso há prejuízo à saúde física devido à má administração da alimentação dos funcionários e, no segundo, à saúde mental dos mesmos, ou seja, a pressão psicológica exercida sobre esses jovens trabalhadores é constante. Uma das entrevistadas relata: “Às vezes eles viam que a gente ou *tava*, sei lá, fazendo alguma coisa não tão... assim, né, do jeito que eles queriam: ‘Ah, olha: *tá* vendo a fila ali? Um daqueles ali pode ser o cliente misterioso!’” (JOVEM 04). O Gerente 01 argumenta que esse é um mecanismo utilizado para que seja garantida a qualidade para todos os clientes.

Embora a maioria dos entrevistados afirme que as relações entre atendentes e superiores sejam boas, alguns destacam que o *status* do cargo subia à cabeça de alguns funcionários, que eram rudes com os outros que estavam na base da hierarquia do restaurante. Isso aconteceria também com funcionários que, mesmo ainda estando na função de atendentes, eram mais antigos na rede.

Segundo a Jovem 05, era demandado muito trabalho dos novatos. Havia muita disputa entre os atendentes para tentar subir de cargo. A relação só era boa entre os “grupinhos” e os funcionários mais antigos não se misturavam com os novatos. Afirma, porém, que a relação com a gerência era boa. (JOVEM 05)

Quando indagada sobre o que via de ruim no trabalho, a jovem responde:

De ruim era essa parte mesmo de grupinho, de um tentar ser melhor que o outro, de agilidade, não tinha muita ajuda, não. Era mais cobrança. Era muita

²⁸ Como já foi apresentado no Capítulo II, o Misterioso é um cliente oculto que frequentemente avalia o McDonald's.

cobrança. (...) Alguns superiores se achavam no direito de falar grosso. (...) Eu via pessoas que entraram comigo e não duraram dois dias. Chorando. Entrou, chorou (JOVEM 05).

Quando questionado se considera justo o sistema de promoção, o Jovem 02 afirma que sim. Perguntado se é muito competitivo, ele diz que não, que você tem que mostrar trabalho, agilidade. Relata, porém que “tem alguns lá, em toda empresa tem um preferido, entendeu, mas se você se destacar mais que ele você é promovido primeiro” (JOVEM 02). Segundo a Jovem 01, “era muita ‘*puxação* de saco”.

Apesar desses relatos é unânime um ponto positivo apontado como destaque pelos jovens, a amizade. Quando indagados sobre o que percebiam como bom na rede, a primeira coisa (e em alguns casos, a única) a ser citada pelos jovens são as amizades feitas no trabalho.

A Jovem 04, por exemplo, quando indagada sobre o que ela via de bom no trabalho, responde:

As amizades. Todos da mesma idade e todo mundo sofria junto. Era barra. Criava um vínculo muito forte. As amizades mais antigas são dessa época, tem até hoje, meus melhores amigos. Ninguém aguentou. Todo mundo fala que eu sou guerreira. Eu que fiquei mais tempo lá, sabe. Mas assim, não sei também porque eu fiquei tanto tempo lá, sabe. Por que eles vão, como fala, questão também de promoção, sabe, eles vão ‘vou te promover, vou te promover’, aí a gente vai protelando. Mas aí chegou uma fase que falei, não aguento mais não, aí sai (JOVEM 04).

Embora no decorrer da fala ela desvie para apontar aspectos negativos, quando indagada sobre pontos positivos, a questão foi prontamente respondida com as amizades.

A pressão psicológica relatada pela jovem também se faz presente por meio do ritmo de trabalho, como já foi bastante discutido no Capítulo II, em que se exige muito dos jovens. A Jovem 04 aponta como um dos pontos negativos a “cobrança que era muito, muito, muito pesada. Pelo fato da idade e eles não eram tão compreensivos com isso”. Conta ainda: “Várias vezes eu cheguei em casa chorando, sabe, várias vezes” (JOVEM 04).

A Jovem 05, quando indagada sobre os pontos positivos, responde:

Amizade, *break*. A parte do *break* era boa. Não só por comida, mas pra você descansar. Sentado. Porque você fica em pé o dia inteiro. (...) Sentar no McDonald's é uma coisa incrível. E lá era muito quente (...) Era tudo muito quente, não conseguia respirar direito. E a hora não passava. Aquele forno em você e a hora não passava. Era gente mandando você fazer isso, gente mandando você fazer aquilo. A hora não passava e você tendo que fazer tudo ao mesmo tempo. A cabeça ficava meio doida. Aí quando você ia almoçar era... Deus *tava* ali (JOVEM 05).

É interessante observar que no desenvolvimento da resposta sobre algo positivo, assim como a Jovem 04, a Jovem 05 desencadeia o apontamento de outras questões de cunho negativo relacionadas ao trabalho.

O Gerente de Plantão entrevistado também aponta como algo positivo as amizades proporcionadas pelo trabalho na rede. Afirma ainda:

Em pesquisas internas com funcionários meu plantão é um amor. Eu não grito, fui educado assim. Claro que tem hora de brincar e de fazer. Tem um menino que me chama de patrão. Mas eu falo pra ele não me chamar de patrão. Sou colega, não sou chefe. O jogo aqui dentro é esse. Cada um tem um jeitinho de puxar o funcionário para seu lado. Aqui dentro é uma faculdade. Você é psicólogo, médico, você é tudo (GERENTE DE PLANTÃO).

O relato desse gerente, que se identifica como colega ao invés de chefe de seus funcionários, afirma que tal “jogo” faz parte das estratégias utilizadas por ele para conquistar os jovens trabalhadores.

Como já apresentado no texto, esse mecanismo compõe formas de gestão e organização do trabalho pelo capital, podendo ser consideradas elementos que contribuem para a manipulação e a “captura” da subjetividade do trabalhador.

A formação de um “time” que objetiva a cooperação constante com os colegas e a gerência, embora delimite funções, hierarquias e tempos específicos, aproxima os jovens dos interesses da empresa e obscurece as diferenças existentes entre as diferentes classes, nesse caso, entre a rede e seus funcionários.

Outra questão a ser destacada diz respeito à polivalência requerida pela empresa. Embora a rotatividade seja considerada como algo bom por diversos dos jovens entrevistados, alegando que dessa forma o trabalho não fica enjoativo e eles aprendem mais (ideologia

propagada pela rede), alguns deles possuem percepções diferenciadas a respeito. A Jovem 06 afirma “O trabalho era bem pesado. Fazia tudo. Limpeza, fazia sorvete, fazia lanche, atendia, era caixa, fazia de tudo. (...) No mesmo dia mudava de função. Abria, limpava, atendia, depois no fechamento desmontava as máquinas, limpava também”. Considerando esse como um ponto negativo do trabalho, continua: “Muito pesado, uma função que devia ser de outra pessoa. A gente mexia com coisa de comer, aí a gente ia lá e já limpava o chão, passava pano nas coisas, eu achava que *tava* meio errado. (...) Se pudesse escolher ficaria fixa numa função (no caixa)” (JOVEM 06).

A Jovem 13, que considera a rotatividade como algo positivo, explica que assim “um cobre o outro”, mas que “se pudesse ficaria só na cozinha”. Afirma que “é bom a gente saber porque aí também tem o procedimento, né. Se as pessoas estão fazendo errado a gente tem que corrigir. Tem que saber certinho pra passar pras outras pessoas não fazerem errado”. (JOVEM 13). Assim, é interessante observar que embora ela defenda a importância da polivalência, se pudesse optaria por uma única área. A Jovem 14 também afirma que considera a rotatividade positiva, mas prefere ficar fixa.

O relato da Jovem 13 também demonstra outro aspecto importante da gestão do trabalho sob os moldes do toyotismo, pois assinala que cabe a todos os funcionários a tarefa de fiscalizar e corrigir os colegas. Dessa forma, a supervisão por parte da gerência torna-se aparentemente mais amena ao mesmo tempo em que o controle se faz constante.

Como problematizado no Capítulo II, essa forma de supervisão aparentemente menos formal, associada à ideia de trabalho em equipe e cooperação, colabora para o enfraquecimento de uma compreensão crítica da exploração vivenciada.

Voltando ao debate sobre a rotatividade, o Jovem 07 afirma que considera esse sistema como algo bom, pois assim o trabalho não fica cansativo. Também acha importante, já que há oportunidade de conhecer outras áreas e se tornar instrutor.

Para o Gerente 01, que vê o sistema de rotatividade como algo positivo, essa forma de trabalho evitaria o desgaste. Contando sobre o sistema de montagem dos sanduíches, afirma que a média de tempo gasto em cada unidade é de 60 segundos e que os funcionários realizam o processo com as duas mãos, pois “usando as duas mãos é mais produtivo” (GERENTE 01).

O Gerente 02 argumenta que sempre há rotatividade para que o funcionário fique hábil em todas as áreas; para se desenvolver, para que um funcionário possa cobrir o outro. Considera algo positivo para que os jovens não se sintam desgastados.

A argumentação de ambos os gerentes demonstra, nesse caso, a incorporação de princípios do *just in time*. No caso do Gerente 01, a importância destinada à questão do tempo

de produção, ou melhor, à rapidez do trabalho executado, somada à afirmação da utilização das duas mãos no processo, visando maior produtividade, materializa a defesa do não desperdício de tempo e até mesmo de recursos humanos. A utilização da força de trabalho deve ser levada ao extremo, já que a redução de desperdício leva à diminuição de custos.

Nesse mesmo sentido, o depoimento do Gerente 02, quando afirma que a rotatividade proporciona o desenvolvimento de habilidade de diversos funcionários nas diferentes áreas e que isso possibilita a realocação de recursos humanos no interior da empresa, também se vincula ao *just in time*. Essa “capacitação” vai permitir que os funcionários não fiquem ociosos, pois, caso haja baixa demanda em sua área, o mesmo poderá ser realocado, eliminando os chamados “tempos mortos”.

Em relação às impressões gerais dos jovens quanto ao trabalho, é possível perceber algumas contradições. Pensa-se que devido a ideologias imputadas pela rede a seus funcionários, em algumas ocasiões eles refletem suas próprias impressões e, em outros momentos, reproduzem o ideário propagado pela rede. É o caso da Jovem 04.

Eu que acho que foi [uma experiência boa] porque eu amadureci demais, assim, porque como a cobrança é muito grande, é muito, muito trabalho, né, muita exigência, eu cresci pessoalmente, assim, sabe, eu amadureci bastante. Não sei se faria de novo, assim, talvez eu faria pelas amizades que eu fiz, mas por tudo que, né, eu passei assim de... porque era muito estressante. Não sei se eu faria de novo, não sei se eu trabalharia de novo o tempo todo que eu trabalhei (JOVEM 04).

A jovem trabalhou 3 anos e 10 meses no restaurante. Em outro momento afirma:

Como foi meu primeiro emprego, assim, eu acho que eu aprendi bastante assim a lidar... porque eu sempre fui muito tímida, aí lá a gente tem que lidar com o público, então isso me ajudou nos meus outros empregos... questão de lidar com pressão, porque lá é assim, ou você aprende ou você aprende e... então assim, não deixa de ter, eu não perdi meu tempo lá, sabe, eu acho apesar de todas as coisas ruins, eu tive algumas coisas boas e é isso que eu levo, sabe. (JOVEM 04)

Questionada se indicaria essa empresa para alguém responde “Não. Meu pai falou uma vez: vou arrumar lá pro seu irmão. Falei não, pelo amor de Deus. Foi uma época em que ele

ficou desempregado e eu falei não, isso não. Ele não merece isso não (JOVEM 04)”.
Continuando,

Eu acho que as condições de trabalho não são tão legais, porque exige-se muito do funcionário e a carga horária é muito grande, o intervalo para descanso muitas vezes não era respeitado, então as condições são bem puxadas, assim, sabe? Acho que deveria ter mais, igual isso que você falou, sabe, uma maior fiscalização do Ministério Público, do Trabalho, dos órgãos competentes, sabe, pra poder, sei lá, ver se melhora um pouco a condição sabe? E eles alienam muito, muito, muito, muito. Muito, muito. Você enquanto *tá* lá, pensa que assim, poxa, *to* trabalhando na melhor empresa do mundo sabe? Eles fazem uma... *nó*, uma lavagem mesmo, sabe? (JOVEM 04).

Percebe-se que a entrevistada tem hoje consciência da exploração exercida por parte da rede sobre seus funcionários. Porém tamanha exigência é encarada, em muitos casos, como algo positivo. Os relatos a seguir demonstram essa noção. “Todo mundo sabe, de uma certa forma, que no McDonald’s é bem puxado. Todo mundo acha que quem trabalhou lá é ótimo pra pegar no tranco. (JOVEM 05). “Eles falam que o McDonald’s te ensina a não ter medo de trabalhar, de muita coisa pra fazer, porque você se habitua assim, né, a fazer tanta coisa e aí você não tem mais medo de tanto trabalho, entendeu?” (JOVEM 04).

Questionada se a experiência no restaurante colaborou para sua inserção em outros empregos, uma jovem afirma:

Ajudou, meio que já estava a preparada. Você sai daí e já aprende a fazer tudo. E por ali ser muito puxado te dá mais ânimo. Você já vai com vontade de trabalhar. Porque no McDonald’s ou você aprende a ter vontade ou você sai, porque não dá pra ficar à toa não. (JOVEM 06).

A mesma entrevistada conta que “todo mundo fala que lá é muito pesado. Falam: aguentou trabalhar no McDonald’s esse tempo?” Questionada se indicaria algum amigo ela responde que “sim se ele quisesse aprender a trabalhar. Mas se ele quisesse crescer não. Se falar ‘ah eu quero começar a trabalhar nessa empresa para evoluir’ não vai conseguir, se quiser aprender a trabalhar pode ir pra lá” (JOVEM 06).

A Jovem ainda conta “também gostei porque me ensinou muita coisa. Aprendi a não ter preguiça, pegar pra fazer e fazer direito, isso foi bom (...) [dá] chance para menores de idade; te ensina a cuidar do ambiente do serviço (o que você suja você limpa), tratar bem as pessoas”. (JOVEM 06).

Nesse mesmo sentido, o Jovem 07 destaca a oportunidade do primeiro emprego e de crescimento dentro da empresa. Afirma que contribui para aprender coisas novas e qualifica a rede como “uma das melhores empresas para se trabalhar” (JOVEM 07).

É interessante, porém, destacar que embora a empresa realmente ofereça oportunidades para a primeira inserção no mercado de trabalho, essa política não tem como objetivo central auxiliar jovens nesse processo. Como demonstraram os gerentes em suas falas, a intencionalidade de persuadir os funcionários está presente. Quando o Gerente 01 afirma que a inexperiência colabora para que a empresa molde o trabalhador e o Gerente 02 afirma que o fato de não ter experiências e vícios facilita o treinamento e relacionamento, fica explícita a intenção da empresa em ajustar o trabalhador de acordo com as necessidades da rede. A “renovação geracional” (ALVES, 2001) é considerada um facilitador para a aceitação de normas impostas e a disseminação dos ideais da empresa.

Assim como o Jovem 13 acredita ser funcionário de uma das melhores empresas para se trabalhar, o *slogan* “Amo muito tudo isso” (do original inglês *I'm lovin it*) foi difundido mundialmente e é incorporado por muitos de seus jovens trabalhadores. A disseminação da ideia de uma empresa onde se constrói uma família e o jovem é um trabalhador feliz e satisfeito invade a subjetividade juvenil por meio de estratégias de *marketing*. Tais mecanismos produzem resultados positivos para a rede, interna e externamente, e faz com que muitos trabalhadores só percebam o nível de exploração a que foram submetidos depois de se desligarem da empresa.

Nesse sentido, a Jovem 09 considera o trabalho “bom por ter futuro” (JOVEM 09). Conta que já fez a prova para promoção e passou. No mês seguinte deve ser promovida a treinadora.

A Jovem 14 caracteriza como bom “o aprendizado, a gente aprende cada dia mais e mais, você cresce profissionalmente ali dentro, trabalha com pessoas boas, ótimas. É bom, não é ruim” (JOVEM 14). Afirma que as relações são boas e que os chefes são muito engraçados. “É durão, mas não fica de cara amarrada (...) Aqui dentro você trabalha se divertindo” (...) “É muito bom. Eu gosto de trabalhar aqui, eu amo trabalhar aqui” (JOVEM 14).

Quando questionada sobre o que aprendeu, a mesma jovem afirma: “Posso ensinar as pessoas aqui, mostrar pra elas que nada na vida hoje é fácil, se você não tiver seu suor você não consegue nada, se você não lutar pra subir de cargo você não consegue” (JOVEM 14).

O discurso dessa jovem é permeado pelo ideário liberal, que defende que o sucesso do indivíduo depende apenas dele, não compreendendo o sujeito no interior das relações históricas, econômicas, sociais e territoriais nas quais está inserido.

A mesma jovem conta que pretende continuar trabalhando na rede. Enfatiza que enquanto não virar ao menos gerente de área não vai sair da empresa. Acredita que não deve demorar muito pelo fato de que será construído um novo *shopping*²⁹ em Juiz de Fora e com isso serão disponibilizadas mais vagas. Diz que já começou a estudar porque quando tiver prova para subir de cargo vai fazer.

Quando questionado sobre sua avaliação a respeito do serviço em geral, o Jovem 02, que tinha 17 anos na época da entrevista e vivenciava seu primeiro emprego, responde:

Ótimo, bom. O trabalho é assim bom. Muita gente chega lá, reclama, mas não tem consciência, porque se você... você começa no zero, entendeu? Tem gente que não tem consciência, começa a chegar, falar mal. Igual, R\$ 800,00... uma pessoa menor de idade... para ganhar R\$ 800,00 ou é servente, porque de carteira assinada é impossível você ganhar R\$ 800,00 assim, entendeu? E lá tem chance de crescer até ser consultor. Consultor só fica mandando, falando e viajando (JOVEM 02).

Aqui é importante esclarecer alguns fatos. A primeira coisa é que um atendente (cargo ocupado por esse jovem) não recebe um salário no valor de R\$ 800,00. Com o valor de sua hora em R\$ 3,09, seu salário líquido, segundo o Gerente 02, gira em torno de R\$ 400,00 R\$ 500,00 podendo o bruto alcançar o salário mínimo.

A segunda questão diz respeito ao cargo de consultor. Este está acima do Gerente de Restaurante (atendente, treinador, gerente de área, manutenção, gerente de plantão, gerente de restaurante). O Gerente 02 (Gerente de Restaurante), por exemplo, demorou nove anos para assumir esse cargo. O Gerente de Plantão que participou da pesquisa já está na empresa há sete anos. Ou seja, até que se torne consultor, embora não haja um tempo determinado para que mude de cargo, o Jovem 02, que estava na rede há sete meses na época da entrevista, precisaria trabalhar, pelo menos, cerca de dez anos na empresa. Outra questão a ser

²⁹ O referido *shopping*, cujo lançamento oficial ocorreu no dia 27 de maio de 2013, tem previsão de inauguração para junho de 2015, segundo o jornal Tribuna de Minas.

considerada é a simplicidade como descreve o cargo de consultor: “Consultor só fica mandando, falando e viajando” (JOVEM 02).

Segundo os gerentes entrevistados, o consultor é responsável pela gerência de diversos restaurantes. Ao atendente cabem as funções de caixa, o trabalho realizado na cozinha, além de atividades de limpeza. O treinador tem a responsabilidade de ensinar novos funcionários, além de auxiliar no trabalho dos atendentes. O gerente de área deve realizar atendimento ao público, direcionando os funcionários e dando ritmo ao trabalho. O gerente de plantão é o responsável pela gerência da loja na ausência do gerente de restaurante. Além disso, cabe a ele posicionar os funcionários nas áreas, a realização das sangrias e de todo processo financeiro. O gerente de restaurante é responsável por toda a organização do restaurante.

Segundo o Gerente 01, todos os gerentes são operacionais, ou seja, quando necessário todos atendem ao público e assumem funções relacionadas aos cargos abaixo deles.

Em relação ao regime salarial, vale ressaltar que o único cargo cujo pagamento não é efetuado por hora trabalhada é o de gerente de restaurante, aproximadamente R\$ 4.890,00 segundo o Gerente 02. O salário do gerente de plantão, embora não seja fixo, gira em torno de R\$ 2.500,00.

Todos os funcionários têm direito aos seguintes benefícios: vale transporte, plano de saúde, plano odontológico, auxílio funerário e participação nos lucros, sendo que a participação nos lucros é proporcional ao salário. A empresa paga 80% do valor dos planos, porém os funcionários só têm esse direito a partir de seis meses de contratação.

O Gerente 02 valoriza os benefícios oferecidos pela empresa e conta que precisa “colocar na cabecinha” dos funcionários a importância dessa forma de renda complementar:

Tem muitos funcionários que pegam a percepção, eu até falo muito isso com eles, pegam a percepção de que o salário é só o que recebe no final do mês... O funcionário, muitas vezes, a gente tem que colocar na cabecinha deles, né, que eles não dão muito valor a plano de saúde, plano odontológico, né, todos os benefícios que a empresa dá, né, bota assim, eles pensam muito no dinheiro vivo. ‘Ah, vou receber R\$650 no Bahamas³⁰, então vou sair do McDonald’s’. Chega lá não tem um plano de saúde, não tem um... não tem alimentação adequada, não tem horário igual a gente, folgas iguais a gente (GERENTE 02).

³⁰ Rede de supermercados que possui diversas lojas no município e região.

Além dos benefícios como forma de salário indireto, o McDonald's usa de mecanismos de gratificação pelo desempenho, o que incentiva a dedicação de seus funcionários ao trabalho. Uma dessas estratégias é o “funcionário destaque do mês”, cujos critérios para que se possa concorrer são descritos pelo Jovem 07: “Não pode faltar nem ter advertência. O gerente aponta três destaques e os funcionários votam. É escolhido um por turno” (JOVEM 07). Segundo a Jovem 13, o funcionário recebe advertência “se faltar ou sobrar dinheiro no caixa, se comer fora de hora, se enrolar pra fazer as coisas...” (JOVEM 13).

Além disso, segundo o Jovem 08, atrasos também geram advertências. Ele conta que além de ter a foto divulgada como “destaque do mês”, o funcionário recebe uma bonificação de cem reais (R\$ 100,00) e pode levar a família para conhecer e comer no restaurante.

Há também uma competição promovida pela rede denominada *All Star*. Ocorre em nível nacional e suas provas são relativas ao trabalho executado nos restaurantes. A premiação final é uma bolsa de estudos. Segundo o Gerente 02, o gerente de restaurante da terceira loja da empresa localizada em Juiz de Fora (que não foi estudada nessa pesquisa) recebeu como premiação nessa competição um curso de inglês inteiramente pago pelo McDonald's.

É importante destacar que, embora os benefícios pagos pela empresa na forma de salário indireto possam se encarados como complementação de renda e conquista de direitos, podem sofrer modificações e ajustes prejudiciais ao trabalhador.

Da mesma forma, as gratificações, premiações e bonificações são estratégias de estímulo ao desenvolvimento profissional que muitas vezes incentivam também práticas individualistas e não necessariamente saudáveis. Além disso, não beneficiam a todos os funcionários.

Nesse sentido, embora o Gerente 02 afirme a importância da existência dos benefícios, a garantia de um salário fixo e digno, compatível com as atribuições exercidas pelos trabalhadores é essencial, não devendo ser obscurecida por complementos salariais, que flexibilizam o valor a ser recebido pelos funcionários.

Aprendizado na rede e perspectivas futuras

Dentre os questionamentos direcionados aos jovens trabalhadores, abordou-se sobre o aprendizado adquirido e a contribuição do McDonald's como experiência profissional e pessoal. Os entrevistados também foram indagados a respeito da pretensão de continuar na rede.

O Jovem 02 afirma que essa oportunidade ajudou a ter uma boa postura no trabalho, na comunicação, a evitar acidentes no trabalho e que a empresa incentiva o uso de equipamentos de segurança. Conta que está para entrar na CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes) e que são rigorosos na exigência de procedimentos, o que percebe como algo positivo.

Apesar da exigência de procedimentos relatada, alguns jovens contam que pequenos acidentes fazem parte do cotidiano na empresa. A Jovem 01 afirma que havia uma máquina que sempre dava choque. Conta também que sofreu um acidente durante o desmonte da máquina de sorvete para limpeza. Segundo ela, nesse equipamento há uma graxa comestível que grudava, e estava faltando um determinado produto que a empresa estava economizando. Para não deixar uma grávida tirar a peça ela foi puxar e seu dedo enfiou no meio da válvula onde cortava, fazendo com que se machucasse, cortando o dedo. A gerente a levou ao hospital. Porém a jovem não sabe se configurou ou foi notificado como acidente de trabalho. Ela desconhecia a existência e necessidade de emissão de um Comunicado de Acidente de Trabalho – CAT. Em seu dedo restou uma cicatriz, pois levou quatro pontos. Além disso, a jovem ficou um período sem poder mexer com sal. Durante esse tempo só podia ficar no salão e no sorvete. Segundo ela, acidentes pequenos eram comuns. Afirma que não se lembra de nenhum grave, mas que pequenos acidentes aconteciam.

Embora não tenha sido encontrado nessa pesquisa nenhum acidente “grave”, esse tipo de situação no McDonald’s ganhou as mídias nos últimos tempos. Uma reportagem do jornal Brasil de Fato do dia 08 de outubro de 2012 traz o relato do caso de Tatiana³¹, que em um acidente rompeu a rótula do joelho direito e, além de o restaurante não prestar assistência, negou-se a emitir o CAT. A reportagem ainda traz as seguintes informações:

O caso de Tatiana não é isolado. Tramitam na Justiça do Trabalho na cidade de São Paulo e região metropolitana 1.790 ações contra o McDonald’s e a Arcos Dourados Comércio de Alimentos Ltda., franqueadora master da multinacional no Brasil e na América Latina. Somente na capital paulista são 1.133 demandas judiciais ativas por conta das irregularidades trabalhistas e o tratamento inadequado dado pela empresa aos seus funcionários, conforme levantamento feito junto ao Tribunal Regional do Trabalho (TRT) da 2ª Região. Entre as falhas cometidas pelo McDonald’s estão o pagamento de remunerações abaixo do salário mínimo, utilização de jornada de trabalho ilegal, falta de comunicação dos acidentes de trabalho, fornecimento de alimentação inadequada, não concessão de intervalo intrajornada, ausência de condições mínimas de conforto para os trabalhadores, prolongamento da

³¹ Nome fictício utilizado pelo veículo de comunicação a fim de preservar a identidade da trabalhadora devido a um processo movido contra a empresa.

jornada de trabalho além do permitido por lei, assédio moral e sexual (BRASIL DE FATO, 2012).

Recentemente as questões trabalhistas envolvendo o McDonald's têm se destacado mais nos meios de comunicação social, principalmente na internet. O jornal Brasil de Fato, desde 2011 (período em que este estudo começou), vem trazendo reportagens e denúncias relacionadas à rede.

ILUSTRAÇÃO 01 – Irregularidades cometidas pelo McDonald's



A Lista das Mc Irregularidades

- ✓ Remunerações abaixo do salário mínimo,
- ✓ utilização de jornada de trabalho ilegal,
- ✓ falta de comunicação dos acidentes de trabalho,
- ✓ fornecimento de alimentação inadequada,
- ✓ não concessão de intervalo intrajornada,
- ✓ ausência de condições mínimas de conforto para os trabalhadores,
- ✓ prolongamento da jornada de trabalho além do permitido por lei,
- ✓ assédio moral e sexual,
- ✓ trabalhadores não remunerados.

Fonte: Brasil de Fato

Algumas questões vêm sendo modificadas e, paulatinamente, direitos vêm sendo garantidos aos trabalhadores. É o caso já citado da alimentação fornecida aos funcionários, que deixou de ser o lanche vendido no restaurante e atualmente é refeição (embora a carne seja a mesma que compõe o sanduíche) e da proibição da jornada móvel. No entanto, muito ainda há que se avançar.

Apesar da ocorrência de situações de irregularidade, muitos funcionários incorporam os valores difundidos pela empresa e a incluem em seus projetos de vida. Indaga-se ao Jovem

02 sobre sua pretensão de permanecer na rede. O entrevistado afirma que pretende continuar, contudo, se o exército oferecer oportunidades que valham a pena, ele mudaria de ideia. Mas por enquanto pretende tentar seguir carreira na empresa³². O Jovem 16, com 16 anos na época da entrevista, também afirma que quer ficar no McDonald's até o momento de servir o exército. Acredita que a experiência no restaurante pode contribuir com o trabalho em outras redes de *fast food* ou do ramo de alimentos.

Já o Jovem 15 conta que é aluno em um curso de Petróleo e Gás e que pretende fazer estágio nessa área. Dessa forma, permaneceria na rede até o início do estágio. A Jovem 13 afirma que não pretende ficar muito porque é cansativo. Diz que “dia de semana é bom, quando chega sexta, sábado, domingo... os dedos da gente parecem que vão sair pulando sozinhos” (JOVEM 13). Pretende fazer um curso e os horários não se encaixam. Sendo assim, deseja se inserir em outro emprego. Afirma, porém, que aprendeu a conviver com pessoas diferentes.

Indagada sobre o que aprendeu e a importância da experiência tanto para a vida profissional quanto pessoal, a Jovem 05 apresentou uma opinião diferenciada em relação aos seus colegas:

Foi importante pelo que eu vi. O tanto de desperdício que eles fazem, mas não foi uma coisa tão incrível para falar o que eu aprendi não. Gosto muito das amizades que eu fiz, tenho contato com algumas até hoje, mas aprender, aprender no McDonald's não tem aquela coisa tão... (JOVEM 05).

A jovem conta que esse trabalho a ajudou a ser mais ágil, pois, segundo ela, “os lentinhos não duravam duas semanas...” (JOVEM 05). Afirma que não indicaria um amigo para trabalhar no McDonald's e, como teve a oportunidade de se inserir em outras ocupações depois de sair do restaurante, considera que a rede é “muito pior que os outros empregos. O salário desanimava demais. Você achava que era uma coisa vinha outra”. (JOVEM 05). E continua:

³² Meses depois chegou ao conhecimento da mestrandia que esse jovem não estava mais trabalhando na rede. O endereço eletrônico fornecido pelo Jovem 02 era vinculado à empresa, portanto foi desativado. Foi realizada a tentativa de contato telefônico a fim de entrevistá-lo novamente e conhecer os motivos de sua saída, porém o número utilizado por diversas vezes na época da primeira entrevista não pertencia mais ao jovem.

Porque ao mesmo tempo entra, sai muita gente. Não sei se você já percebeu que tem aquele “Estamos contratando”. Ninguém fica, ninguém consegue ficar. Além de o salário ser bem baixo, é essa pressão toda, é não poder sair, é não poder fazer nada. Você não tem vida social. É trabalho - casa, você não tem tempo pra estudar... (JOVEM 05)

O relato da jovem em relação às contratações aponta uma realidade vivenciada pelos restaurantes da rede, que constantemente abrem vagas para contratação de novos funcionários devido ao curto período em que trabalhadores costumam permanecer empregados na empresa, como foi apresentado no Capítulo II.

As ilustrações 2 e 3 retratam o *banner* ao qual a jovem se refere.

ILUSTRAÇÃO 02 - Quiosque localizado à Rua São João Nepomuceno, vinculado ao restaurante do McDonald's localizado no Alameda Shopping – *banner* ao fundo.



Créditos: Letícia Barros

ILUSTRAÇÃO 3 - Imagem ampliada do banner afixado no quiosque localizado na Rua São João Nepomuceno



Créditos: Letícia Barros

Devido ao grande número de desligamentos de funcionários da rede, afere-se que além da requisição constante de novos funcionários, o processo de contratação acontece sempre de forma muito rápida. Alguns jovens relatam que começaram a trabalhar no dia seguinte ao da entrevista de seleção. Outros contam que foi na mesma semana. Alguns deles entregaram o currículo por conta própria e outros foram indicados por pessoas conhecidas que trabalhavam ou haviam trabalhado nos restaurantes.

O Jovem 08 conta que um colega da mãe que já tinha trabalhado na rede o indicou. Foi chamado em uma semana, pois faltava uma semana para que completasse 18 anos. Como ele entraria no horário da noite, aguardaram para contratá-lo. Vale ressaltar que os restaurantes

encontram dificuldade para contratar jovens maiores de idade, sendo que os menores só podem trabalhar até às 22 horas³³.

Retomando as impressões juvenis que influenciam diretamente na permanência ou não dos jovens trabalhadores na empresa (agregadas a outros fatores), quando questionada se considera que o trabalho no McDonald's a ajudou a crescer, a Jovem 01 diz que sim, “a crescer e a não querer encarar outro como aquele” (JOVEM 01). Ainda sobre seu crescimento, responde que por mais que ela ache que realmente não quer voltar para a empresa mesmo se houvesse uma oportunidade, ela vê que a ajudou no sentido de querer algo melhor, principalmente no sentido de mudar a vida e querer crescer, “porque lá você só cresce lá dentro, mas não aqui fora” (JOVEM 01). Diz que também ajudou a querer ganhar mais. Afirma que aprendeu bastante, principalmente no sentido de ter outras amizades e outro convívio. Conta que as pessoas lá são muito frias e que ela é bastante sentimental.

É interessante observar as impressões diferenciadas dos jovens, originárias das diferentes experiências de vida e situações vivenciadas. As condições objetivas sobre as quais a realidade de cada um se materializa contribuem paulatinamente com a formação das expressões e subjetividades particulares.

A Jovem 01, que contou que ficava muito sozinha devido ao horário de trabalho e encontrava-se pouco com sua família, afirma que o relacionamento entre os colegas de trabalho era bom, principalmente na hora do lanche. Segundo ela, era uma bagunça. Comiam dentro da salinha mesmo porque para sair tinha que trocar de roupa e ninguém gostava. Algumas pessoas saíam. “Era muito gostoso porque a gente escutava um pouquinho da vidinha de cada um” (...) “Colocavam música, faziam um escarcéu, mas tudo dentro da sala, não pode conversar com quem está trabalhando”. Em outro momento, inclusive, a entrevistada relata que “eles [os superiores] não queriam ver você parado. Não deixavam muitas pessoas juntas” (JOVEM 01).

Nesse sentido, o destaque dado pelos jovens às amizades construídas com os colegas de trabalho soma-se ao momento de sociabilidade em que se transforma o *break*. Embora a maioria dos funcionários relate que utilizam o tempo de descanso para estudar – devido à falta de tempo livre – alguns destacam o intervalo como momento de diversão e interatividade. Já que durante o trabalho as relações devem ser mecanizadas, a hora do *break* permite que os jovens libertem seus pensamentos e ações para além das padronizações. Isso não significa,

³³ O restaurante do Alameda Shopping tem seu funcionamento durante 24 horas e o localizado no Independência Shopping funciona até as 23 horas.

porém, que nesse momento não sofram influências das ideologias difundidas pela empresa, que se fazem presentes em todo o espaço de trabalho.

O Gerente de Plantão entrevistado, questionado sobre a aprendizagem, afirma: “Foi muito produtivo. Conhecimento é uma coisa que ninguém te tira. Já recebi várias propostas, mas não fui porque quero ter um projeto próprio. Tenho meus planos” (GERENTE DE PLANTÃO). Conta que gosta do trabalho, mas que não pretende seguir carreira. Tem planos pessoais e quer voltar a estudar. Por isso pensa em parar nesse nível. Reconhece também que o salário dos atendentes deveria aumentar, pois trabalham demais.

O Jovem 08, que hoje é treinador, conta que é bom trabalhar lá porque se faz muita amizade e porque há oportunidade de crescer. Afirma que a relação com os funcionários é a melhor possível e que os chefes e gerentes são todos tranquilos. Na sua função atual, “treina os funcionários novatos em todas as áreas. Atende e faz limpeza quando necessário, quando falta funcionário faz tudo, opera caixa...” (JOVEM 08).

A avaliação do trabalho é constante. Além desse acompanhamento contínuo, é realizada uma prova para mudança de cargo. Não há um tempo mínimo de inserção na rede para se fazer essa prova, porém, como é necessário o conhecimento sobre todas as áreas do restaurante, normalmente entre três e seis meses é que o funcionário vai adquirir habilidade suficiente. São realizadas provas práticas e teóricas.

Segundo o Jovem 08 é necessário “você se esforçar, você mostrar força de vontade, você cobrar da pessoa se ela estiver fazendo errado, você ir lá corrigir” (JOVEM 08). A Jovem 01 afirma que os processos para promoção eram bastante “competitivos e nesse sentido eram justos por um lado, porque pra quem gostava de competir com os outros era legal”. (JOVEM 01).

Esses depoimentos reforçam a discussão já realizada sobre a cobrança realizada pelos próprios colegas de trabalho, travestida em cooperação e que, na realidade, como forma de gestão, garante supervisão constante dos funcionários. Além disso, reforça o incentivo à dedicação ao trabalho e ao individualismo.

Os jovens que não trabalhavam mais na rede foram questionados sobre o motivo de sua saída. A Jovem 01 conta que foi a junção de várias coisas: “o horário, o salário, o tempo que você não tinha, eu não tinha tempo pra nada” (JOVEM 01). A entrevistada pediu demissão mesmo sem ter outra opção de emprego.

A Jovem 04 relata: “Eu não aguentava mais trabalhar domingo, a pressão *tava* muito, muito grande e assim, eu não via perspectiva de crescimento, sabe, de promoção... eu falava ‘gente vou ficar nessa vida muito tempo então não quero mais isso’” (JOVEM 04). Conta

também que antes de sair fez todo o processo seletivo em outra empresa para depois pedir demissão. Tentou um acordo para ser despedida, que não foi aceito pelo McDonald's. Quando insistiu que sairia sem acordo ofereceram uma promoção, mas segundo ela “falei não, não vou cair nessa de novo, não, aí fui e saí” (JOVEM 04).

Todos os jovens ex-funcionários entrevistados trabalhavam em outros ramos na época da entrevista. Todos recebiam salários mais altos e consideraram o emprego de então melhor do que o McDonald's. Uma jovem graduou-se na Universidade Federal de Juiz de Fora e trabalhava em sua área de formação. Outro trabalhava em um estacionamento. Uma das entrevistadas era operadora de loja em um supermercado também vinculado a uma grande rede internacional. Outra jovem trabalhava em uma drogaria e, por fim, uma jovem trabalhava como babá e manicure.

Essa última jovem, que hoje possui dois empregos, é questionada se considera que poderia estar melhor do que está hoje caso não tivesse saído do McDonald's. Ela responde que não sabe se pode falar que é bom hoje, porque ela gosta de fazer o que ela faz, mas às vezes tem que fazer além do que pode. Atualmente ela cuida de crianças pela manhã e trabalha como manicure à tarde. Entretanto, não tem carteira assinada e considera esse o grande problema. Afirma que vai voltar a contribuir com a previdência social como autônoma.

Ela diz que tem vontade de ter um “serviço” só. Indaga-se se, mesmo atualmente estando com dois, somados e comparados com o McDonald's o que ela prefere. A jovem afirma que prefere ficar com os dois e que financeiramente também compensa.

Algumas formas de se referir ao McDonald's são utilizadas por esses jovens ex-funcionários. Uma jovem usa a denominação de Mc Inferno para fazer alusão à empresa. A outra conta que ela e seus colegas auto denominavam-se de Mc Escravos³⁴. Conta, inclusive, que teve uma época em que quiseram fazer uma greve devido a problemas com pagamento. Houve uma pequena mobilização para que no horário de maior movimento dessem “uma parada, mas aí eles te alienam tanto, te colocam medo, tanto medo, que aí a gente desiste” (JOVEM 04).

³⁴ Na língua inglesa, o termo *McJob* – cujo prefixo “Mc” faz alusão ao McDonald's – é utilizado para caracterizar o trabalho mal remunerado e com poucas perspectivas de crescimento e futuro.

3.5 Experiência do trabalho e construção dos sujeitos

Apesar de críticas duras feitas pelos jovens e diversas problemáticas apresentadas em relação ao trabalho, é interessante observar que, quando perguntados sobre uma avaliação geral, consideram que aprenderam bastante na rede. Amadureceram, aprenderam a lidar com o público.

Outra questão apresentada aos jovens foi a relação com o espaço do *shopping*. Pôde-se perceber que a vivência dos funcionários fica bastante restrita ao espaço do restaurante e pouco extrapola seus limites. Segundo a Jovem 13 “o único contato com funcionários de outras lojas é para trocar troco” (JOVEM 13). Porém afirma que criou muitas amizades no interior da própria empresa.

Quando questionada sobre a relação com o público, a jovem afirma: “Existe muita pessoa ignorante. Existe pessoa que não entende que ela *tá* passeando, você *tá* trabalhando e você *tá* cansado. (...) As pessoas não entendem por causa da gente ser jovem” (JOVEM 13). Nesse sentido, a garota mostra sua percepção do *shopping* enquanto lugar de trabalho, embora não o seja para o público para o qual presta seus serviços. Ela também aponta a questão geracional como uma forma de descrédito enraizada no imaginário social. E a jovem, vítima dessa situação, justifica seu cansaço. “Você já *tá* nervoso, todo mundo te chama, manda fazer isso, faz aquilo, você tem que *tá* ligado no que a outra pessoa vai fazer porque tem que dar comunicação de retorno” (JOVEM 13).

Alguns jovens relataram o fato de haver clientes que os tratam de forma inadequada. O Gerente de Plantão, que confirmou a existência desses casos afirmou “Eu nunca brigo com meus funcionários. Primeiro defendo eles, depois vejo o que aconteceu” (GERENTE DE PLANTÃO).

Ainda sobre a percepção do *shopping* como espaço de trabalho e que não necessariamente pertence aos jovens trabalhadores, outro jovem afirma: “O ambiente não é muito bom não, vem gente do dinheiro” (JOVEM 16). Essa forma de enxergar o espaço, porém, foi pouco problematizada pelos jovens.

Outra jovem relata: “O Independência nunca me encheu meus olhos. Porque é uma coisa, de certa forma é um *shopping*, mas é isolado. Aqui você tem o centro da cidade, você sai e escolhe o que você faz”. (JOVEM 05). É importante lembrar, como explicado anteriormente, que embora um dos restaurantes se localize no Alameda Shopping, para seu acesso não é necessário nenhum contato direto com o restante do Shopping, já que o

restaurante se localiza em um espaço com acesso direto para a rua, como se fosse um apêndice.

Pode-se considerar, portanto, que a questão da espacialidade é percebida por poucos jovens entrevistados, não se apresentando como uma questão de extrema relevância em seus cotidianos. O que não significa dizer, porém, que o espaço não influencie suas vivências e possibilidades. Como já apresentado neste trabalho, o território vivido é algo que interfere e gera consequência no destino dos sujeitos. No entanto, talvez esses jovens ainda não consigam percebê-lo ou, mesmo que o percebam, não tenham conseguido expressá-lo em suas falas.

A relação entre equipe, indivíduo, competitividade e produtividade apresenta-se de forma contraditória, no sentido de haver coexistência dessas categorias. Ao mesmo tempo em que se reforça a existência de fortes laços de amizade, por exemplo, diversos depoimentos apontam a existência de competições e posturas individualistas que visam não apenas à produtividade em si mesma, mas como um meio de se alcançar reconhecimento.

Em relação ao perfil dos jovens enquanto estudantes, percebe-se que os funcionários entrevistados, em sua maioria, procuram conciliar as duas identidades – de estudante e trabalhador – mesmo que isso gere desgaste e os sacrifique em alguns momentos. Aqueles jovens que tinham como objetivo continuar seus estudos para além do Ensino Médio acabaram deixando a rede. É possível notar que esse caminho deve ser percorrido por outros jovens que ainda trabalham nos restaurantes, já que relatam o desejo de participar de cursos e estágios que seriam incompatíveis com o emprego atual. Sendo assim, é relevante reforçar, como o faz o relatório “Trabalho decente e juventude”, que

O importante é que a necessidade de trabalhar não seja, para os jovens de baixa renda, um impeditivo para o aumento da escolaridade e da qualificação profissional, assim como não implique em condições precárias de trabalho. A conciliação entre estudo e trabalho é um elemento que pode fazer parte da trajetória desses jovens. Porém, como demonstram os dados, os jovens atualmente têm dificuldade de conseguir esta conciliação, entre outros motivos, porque cumprem extensas jornadas de trabalho (OIT, 2009, p. 25).

O cumprimento de longas e extenuantes jornadas de trabalho, portanto, vai influenciar diretamente na construção de perspectivas reais e oportunidades a serem apresentadas a esses sujeitos, restringindo-as. Apesar disso, muitos dos jovens possuem seus projetos de vida

distantes da realidade que vivenciam hoje na rede. Demonstram o desejo de estudar mais, encaminharem-se em profissões diversas e seguirem seus sonhos e planos pessoais para além do McDonald's, que seria considerado como uma oportunidade inicial e que agregou conhecimentos e experiências, porém de caráter transitório.

Outros vislumbram um futuro ali mesmo, naquele espaço de trabalho, que ofereceria grandes chances de crescimento e no qual se estabilizariam. Sendo o McDonald's considerado como "uma das melhores empresas para se trabalhar" (JOVEM 07), esses jovens se realizariam no interior da própria rede.

A despeito da escolha feita por esses jovens, fato é que, como já referido nesse estudo, quanto mais cedo o jovem se insere no mercado de trabalho, a tendência é que seus rendimentos sejam menores e os postos ocupados mais precários, comprometendo, muitas vezes, a formação educacional. O documento da OIT reitera que

Em síntese, pode-se afirmar que a inserção dos jovens em ocupações precárias e informais, não contribui com sua qualificação profissional nem com possibilidades futuras de uma melhor inserção profissional. Além disso, o abandono da escola por parte dos jovens ocupados, em especial por aqueles de baixa renda, pode decorrer não exclusivamente do trabalho, mas também de uma educação de baixa qualidade e pouco atrativa. Assim, uma parte importante da juventude de baixa renda no Brasil vive um dilema: a busca de trabalho por necessidade traz prejuízos à formação educacional formal, o que, por sua vez, gera impactos negativos sobre sua inserção futura no mercado de trabalho, em geral sem qualquer contrapartida significativa, em termos de aquisição de experiência profissional de boa qualidade, que contribua para a construção de uma trajetória de trabalho decente (OIT, 2009, p.45).

Assim, é relevante destacar que o trabalho não deve ser visto como algo pernicioso, sendo importante defender que, quando realizado pela juventude, deve respeitar as condições e necessidades próprias dessa geração. Daí a importância da interlocução trabalho juvenil associado aos estudos. Não apenas aquele estudo voltado para a capacitação no interior do restaurante, como ocorre no McDonald's, mas uma formação ampla, abrangente e de qualidade que possibilite ampliar os horizontes juvenis. Assim, para além das possibilidades restritas, o jovem terá conhecimento suficiente para fazer suas escolhas futuras considerando também seus sonhos e não apenas suas necessidades.

A experiência do trabalho no McDonald's exaltada por muitos é aquela correspondente ao trabalho duro, que vai preparar o jovem para as próximas oportunidades.

No entanto, não é esse tipo de capacitação o adequado e necessário aos jovens, e sim uma formação qualificada.

É real a contradição entre a necessidade efetiva que muitos jovens têm de trabalhar e o fato de que uma inserção precoce e de má qualidade no mercado de trabalho compromete o seu futuro e, em especial, as suas possibilidades de construção de uma trajetória de trabalho decente. Esse é um dos temas centrais a serem considerados na elaboração das políticas públicas para a juventude. (...) As políticas públicas devem ampliar as condições para que os jovens que querem continuar estudando possam fazê-lo. Mas é também necessário criar oportunidades para que os e as jovens que participam do mundo do trabalho tenham possibilidades de se inserir em postos de trabalho de qualidade, com proteção social,³⁵ e que contribuam para o seu crescimento profissional, respeitando suas opções e considerando suas peculiaridades e problemas (OIT, 2009, p. 25, 26).

Os relatos e depoimentos dos jovens entrevistados permitem a realização da análise de suas experiências laborais enquanto experiências de vida, assim como, em sua maioria, colocam o trabalho na centralidade de suas vidas.

A identificação que ocorre entre os trabalhadores, como mostra o depoimento da Jovem 04 “(...) todos da mesma idade e todo mundo sofria junto. Era barra. Criava um vínculo muito forte”, demonstra que esses jovens possuem uma localização social comum, determinada pelas experiências vivenciadas coletivamente – ou ao menos semelhantes – que vão culminar na formação de uma identificação comum.

O reconhecimento daí originado chega a ultrapassar a identificação geracional, pois aqui se fala de uma determinada juventude que está se construindo coletivamente – e particularmente.

Nesse sentido, enquanto um conjunto de sujeitos que possui a mesma localização social e vivencia experiências semelhantes, a subjetividade de cada um desses atores será construída com influências comuns. Embora, para além da esfera produtiva esses jovens, vivenciem relações sociais diferenciadas e singularidades, há uma particularidade que os une.

O desenvolvimento dessa subjetividade será restringido devido às normatizações e limitações impostas pelo trabalho específico vivenciado. Como discutido no Capítulo II, formas de padronização, elaboração de *scripts* e simulações de situações inibem o desenvolvimento do sujeito, inibem o desenvolvimento da subjetividade humana. As

³⁵ Embora os funcionários do McDonald's sejam contratados sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), o descumprimento de legislações trabalhistas faz-se presente nos depoimentos juvenis.

possibilidades de criar, imaginar, experimentar e se superar ficam restritas, possibilidades essas essenciais ao desenvolvimento juvenil.

Da mesma forma, esses jovens enfrentam conjuntamente (mesmo que inconscientemente) a dura realidade da conciliação entre estudo e trabalho, sem que haja um diálogo entre essas duas esferas com uma perspectiva de formação ampla e qualificada. Esses trabalhadores inserem-se na rede de *fast food* sem experiência e sem qualificação. Por falta de tempo e condições, grande parte deixará o emprego ainda sem qualificação e, dessa forma, as chances de conseguirem melhores postos de trabalho ficam reduzidas.

Além disso, esses jovens são privados de desenvolver plenamente sua sociabilidade pela restrição do tempo destinado a descanso e lazer. Perdem tempo de convívio com a família, amigos e alguns relatam até rompimento de relacionamentos amorosos. A sociabilidade passa a se restringir ao próprio ambiente de trabalho (hora do *break*), assim como o convívio concentra-se em torno dos colegas de trabalho. A esfera da produção “rouba” o tempo do trabalhador e invade cada vez mais suas relações sociais e seu cotidiano.

Assim, a subjetividade desses jovens trabalhadores é construída com influências diretas do capital, que cerceia o trabalhador, objetiva moldar seus pensamentos e desejos e adequá-los aos interesses da acumulação.

Os jovens entrevistados que já haviam se desligado da rede conseguem perceber situações de exploração a que eram sujeitos, elaborando críticas ao sistema de trabalho utilizado pela rede. No entanto, muitos daqueles que ainda permanecem na empresa incorporam os interesses da mesma, sem a compreensão de que esses últimos ferem seus próprios interesses.

No modo de produção capitalista, todos os modelos produtivos visam à acumulação. Cada um deles, com suas características mais marcantes busca, ao fim, a apropriação cada vez maior da vida do trabalhador e dos sentidos que a ela podem ser dados, a partir da relação intrínseca entre produção e reprodução social, como bem exemplifica Alves (2011), quando se refere ao modelo japonês:

Na medida em que o toyotismo é obrigado a se apropriar da participação ativa da inteligência, da fantasia, da iniciativa do trabalho (Gramsci, 1984b), a “captura” da subjetividade do trabalho torna-se sua obsessão íntima, a partir da qual ele vai operar, por meio das inovações sociometabólicas, um duplo movimento hegemônico – incorporar valores de vida do trabalho na produção do capital (é a ideia de que *business* é vida) e estender valores-

fetichismo da produção do capital na instância da reprodução social (a ideia de que vida é *business*). (ALVES, 2011, p. 100, 101) Grifos do autor.

Dessa forma, o sistema de trabalho utilizado pelo McDonald's enquanto estratégia de acumulação, que incorpora traços de diversos modelos produtivos, significa para a empresa mecanismos de desenvolvimento e acumulação, enquanto que, para os jovens trabalhadores, o resultado é a restrição ao desenvolvimento de suas subjetividades.

Quando se busca conhecer o trabalho dos jovens inseridos nas redes de *fast food*, é possível perceber o quanto os valores propagados pelas empresas são internalizados pelos funcionários. Na política empresarial que objetiva que seus trabalhadores “vistam a camisa” da marca, há um grande empenho para que sejam enquadrados às regras e às formas de agir e pensar difundidas pela rede.

Alves (2011) chama de

inovações sociometabólicas [as] mudanças no metabolismo social que contribuem para o novo clima ideológico (e emocional) dentro das grandes empresas. Elas se caracterizam pelo surgimento de uma pleora de valores-fetichismo, expectativas e utopias de mercado que constituem o lastro sociometabólico ou o ambiente psicossocial da “captura” da subjetividade posta como nexos essenciais da “ideologia orgânica” do toyotismo (ALVES, 2011, p. 89).

Afirma, portanto, que a ideologia³⁶ é utilizada como instrumento poderoso pelo capital na construção do homem mais produtivo.

É na difusão mundial de seus produtos (Coca Cola, Nike, McDonald's...) que repousa a dominação econômica e política do capitalismo no aspecto tão decisivo do “imaginário” deste “capital simbólico” cuja vitória permite dominações de outro modo constrangedoras. Isso é acrescido pela amplitude dos recursos da publicidade que é exigida pela estreiteza relativa do mercado, mesmo “mundial” e a rivalidade entre eles quase sempre feroz. (CHESNAIS, 2001, 20).

³⁶ Entende-se aqui ideologia como um conjunto de ideias, representações, visões de mundo e normas de comportamento resultantes das condições materiais e objetivas da sociedade. Na sociedade burguesa, a ideologia da burguesia – classe dominante – impõe-se como ideologia dominante, disseminada a fim de legitimar a ordem vigente por meio da aceitação de seus valores e interesses como se fossem os mesmos da sociedade como um todo.

Para o capital não importa quais danos podem ser causados ao trabalhador, mas sim o lucro e a acumulação que pode obter. Para tanto, apossa-se não apenas da força de trabalho, mas também do imaginário e da cotidianidade do homem, de sua subjetividade.

O pouco tempo de permanência dos jovens nas redes demonstra outra faceta da fugacidade (e/ou da exploração do trabalho). Se de alguma forma pode significar resistência ou discordância em relação às formas de organização de trabalho da empresa, pode também ser mascarada com facilidade. Segundo um dos jovens entrevistados, seus antigos companheiros de serviço não permaneceram na loja “porque não sabe esperar” por uma promoção ou melhorias no trabalho (JOVEM 02).

Ou seja, a alta rotatividade é naturalizada e culpabiliza-se o trabalhador por sua falta de vontade ou de persistência. A ausência de questionamentos ou concordância com as condições de trabalho sob as quais se encontram devem-se tanto ao discurso ideológico difundido quanto à própria inexperiência e falta de oportunidades dos jovens. No caso desse entrevistado, ele vivenciava seu primeiro emprego.

Não apenas a grande rotatividade, mas também a flexibilização não deixam de ser um mecanismo para o rebaixamento de salários, submetendo os trabalhadores a altos níveis de instabilidade.

Trata-se de uma tendência que se desenvolve sem resistências substanciais, pois os impactos culturais dessa condição instável consolidam a efemeridade como modo de vida. O contexto em que se aprofunda a vulnerabilidade do/a jovem no mercado de trabalho, nos anos 1990, foi marcado pelo argumento segundo o qual a flexibilização das relações de trabalho poderia provocar o aumento do emprego e da produtividade. Argumento que caiu por terra, dada a alta taxa de desemprego e a estagnação econômica provocados no período (CAMPOS, 2010, p. 56).

Tal realidade corrobora o pensamento de Harvey quando o autor afirma que “(...) a modernização envolve a disrupção perpétua dos ritmos espaciais e temporais, e o modernismo tem como uma de suas missões a produção de novos sentidos para o espaço e o tempo num mundo de efemeridade e fragmentação” (HARVEY, 1989, p. 199).

Dessa forma, evidencia-se que o capital explora e aliena cada vez mais o trabalhador, submetendo-o a pressões e instaurando sua ideologia no cotidiano do sujeito social, além de apropriar-se de seu tempo.

Para Alves (2011), a captura da subjetividade do trabalhador se dá por meio da renovação geracional. Os jovens de hoje não vivenciaram grandes lutas sociais e, ao contrário, vivenciam um momento de despolitização da política, criminalização dos movimentos sociais, enfraquecimento de sindicatos, além de uma situação de desemprego estrutural. Nesse sentido, a contratação de jovens em substituição a funcionários que possuem – ou ao menos conhecem – uma história de reivindicação é bastante funcional ao capital.

Além disso, outro fator que funciona como incentivo de contratação de jovens para ocupar o lugar de funcionários mais antigos refere-se ao fato de que hoje a propagação do ideário neoliberal e da linguagem empresarial já se encontra presente no cotidiano juvenil, o que facilita a internalização dos conceitos capitalistas. Considerando-se enquanto colaborador da empresa e não subalterno, o jovem sente-se estimulado a “vestir a camisa” da empresa, postura que, por outro lado, enfraquece a luta de classes.

Referindo-se às indústrias, Alves (2011) afirma que “o processo de reestruturação produtiva é, deste modo, um processo de reestruturação das gerações de trabalhadores que constituem os coletivos de trabalho em empresas” (ALVES, 2011, p. 108).

Além disso, os jovens vêm sendo entorpecidos pela ideologia neoliberal, assim como as novas denominações e imperativos do mundo empresarial. No mundo atual, em que predominam a individualidade e a competitividade, o jovem torna-se uma presa almejada pelo capital, objeto de disputa. A Jovem 01 afirma “lá eles, tipo assim, sendo o primeiro emprego eles adoram, principalmente, né, porque eles colocam você do jeito que quer, tipo assim, seu salário o jeito que for pra eles pagarem *tá* ótimo” (JOVEM 01).

Soma-se a isso, como já referido anteriormente, o contexto que faz com que a juventude, que se encontra na condição do segmentado etário mais afetado pelas mudanças no mundo do trabalho, se sujeite a condições precárias. Assim, devido à falta de oportunidade e melhores condições, o trabalhador – principalmente o jovem – vivencia experiências laborais que paulatinamente abarcam cada vez mais seu cotidiano e suas relações sociais.

Alves (2011) afirma que o “tempo de vida tornou-se mera extensão do tempo de trabalho” (ALVES, 2011, p. 93) e atenta para o perigo dessa transformação. A saúde física e psíquica do trabalhador fica constantemente exposta, acarretando consequências drásticas para a vida dos sujeitos submetidos a situações degradantes de trabalho.

Retomando o relato já apresentado no Capítulo II, item 3.4, a Jovem 01 fala sobre o desgaste vital provocado, segundo a moça, pelo emprego em questão.

Eu estava em um período da minha vida que não era muito fácil. Muita pressão, eu tava muito cansada da minha vida. Até mesmo com o meu noivo, eu até cheguei a terminar com ele por causa do McDonald's. Eu dei a desculpa que era por causa dele, mas não era. É porque eu já tava cansada (JOVEM 01).

Em seu depoimento a Jovem ainda conta que mal convivia com sua família e ficava muito sozinha devido ao horário de trabalho, sempre deixando claro o quanto a experiência na empresa marcou sua vida. Como diria Giovanni Alves, “é por mobilizar, com intensidade e profundidade a alma humana que o novo capitalismo, com sua nova cultura da fluidez e precarização do trabalho e da vida social, contribui para a epidemia de novas doenças psicossomáticas” (ALVES, 2011, p. 98).

Esses sintomas advindos do capitalismo situam-se em sua capacidade constante de inventar novas formas que levem à expansão da acumulação, sendo esse um “modo de produção revolucionário”, como afirma Harvey (1998, p. 189), que possui como um de seus imperativos a mudança e a renovação sucessivas.

Braverman (1981) aponta características do desenvolvimento do capital que levam à “necessidade” de dependência da compra e venda de produtos, mercadorias e serviços, estratégia importante para a ampliação dos mecanismos de acumulação do capital. Segundo o autor,

na fase do capitalismo monopolista, o primeiro passo na criação do mercado universal é a conquista de toda a produção de bens sob forma de mercadoria; o segundo passo é a conquista de uma gama crescente de serviços e sua conversão em mercadorias; e o terceiro é um “ciclo de produto”, que inventa novos produtos e serviços, alguns tornam-se indispensáveis à medida que as condições da vida moderna mudam para destruir alternativas (BRAVERMAN, 1981, p. 239). Grifo do autor.

Para além dessa produção de necessidades instituída pelo capital, outra estratégia se faz presente a fim de assegurar a dependência do homem ao sistema mercadológico imposto

por esse modo de produção. É o que Braverman (1981) chama de “atrofia da competência”. Com a divisão do trabalho social, sua parcialização e automização concomitantes à falta de investimento e até mesmo desestímulo à educação – que além de parcializada torna-se puramente instrumental e tecnicista – as bases para uma formação que estimule e amplie o desenvolvimento de novas faculdades humanas ou mesmo o exercício das cotidianas perdem espaço para a dependência do mercado e do capital. Dessa forma, como explicita o autor, o capitalismo remodela o trabalhador para servir às suas necessidades – subordinando-o ao mercado – enquanto expande sua acumulação³⁷.

É importante observar, no entanto, quando se realiza o debate a respeito da busca pela renovação e pelo aumento da acumulação, por meio de mecanismos de intensificação da produção de mais-valia, que existe um

(...) *duplo aspecto de desenvolvimento das forças produtivas no modo de produção capitalista*: A máquina, o progresso técnico, a ciência, representam o triunfo do homem sobre as forças naturais; mas, nas mãos dos capitalistas, tornam-se instrumentos de servidão do homem (SALAMA e VALIER, 1975, p. 56) Grifo dos autores.

Fica, portanto, explicitado que o desenvolvimento das forças produtivas ao mesmo tempo em que pode proporcionar maior tranquilidade e tempo livre aos trabalhadores, aumenta a exploração dos mesmos.

Ou seja, o desenvolvimento das máquinas em si mesmo não é sinônimo de exploração, mas o é o modo pelo qual os capitalistas delas se apropriam (propriedade privada) e se utilizam (como meio de produção do qual usufruem privadamente através da força de trabalho comprada como mercadoria dos trabalhadores sociais). Da mesma forma, quando se pensa no setor de serviços, não é em seu desenvolvimento tecnológico ou em sua ampliação que deve recair a crítica, mas na forma como o capital se utiliza dessas inovações escravizando os trabalhadores – tanto os inseridos nesse setor enquanto funcionários quanto os que ali se encontram como consumidores. A problematização a ser discutida refere-se, portanto, ao trato com características desumanizadoras a trabalhadores desse ramo dos serviços – o *fast food* – que ao mesmo tempo em que proporciona uma prática facilitadora para alguns consumidores,

³⁷ Braverman discorre a respeito das mudanças de mercado ocorridas desde o capitalismo industrial até sua expansão, no capitalismo monopolista. Ler Braverman, H. Trabalho e Capital Monopolista.

pela presteza do serviço rápido, contribui com a degradação de outros trabalhadores. Diante disso, segundo Alves (2011), afere-se que

O “núcleo humano” da subjetividade do trabalho está afetado por uma das principais contradições da civilização do capital nesta etapa de desenvolvimento histórico, isto é, a contradição objetiva entre o alto nível de desenvolvimento das forças produtivas do trabalho social, que poderiam libertar o homem do trabalho heterônomo, transformando seu tempo livre em *otium*, contribuindo para o desenvolvimento de suas faculdades físicas e espirituais, e as relações capitalistas de produção da vida social, que aprisionam o homem, seja através da transformação do tempo de vida em tempo de trabalho estranhado ou tempo de trabalho negado como atividade prática significativa; ou através da transformação do tempo de vida em tempo de consumo fetichizado, “sob a forma de uma superabundância de vida com finalidade em si mesma” (Holz, Kofler e Abendroth, 1969, p. 53) (ALVES, 2011, p. 120).

Dessa forma, explicita-se com clareza uma das formas sob as quais o modo de produção capitalista apropria-se não apenas da esfera da produção *strito sensu*, mas se materializa também na produção e reprodução das relações sociais. Apresenta-se como um modo de produção de culturas, ideologias, enraizado na vida dos sujeitos sociais e leva suas consequências (e malefícios) para além do espaço do trabalho.

No bojo dos avanços do conhecimento e da tecnologia, inclusive, as compreensões de tempo e espaço também se modificam e o “espaço-tempo da produção do capital se contrasta com o espaço-tempo esgarçado da reprodução social” (ALVES, 2011, p. 103).

Cada vez mais determinado pelo capital, o tempo cerceia o trabalhador. A corrida contra o cronômetro não consiste em uma questão individual, mas constitui-se em disputa política e de poder. Nesse sentido, o capitalista, que possui o “direito” de utilizar a força de trabalho alheia, possui também o domínio do tempo de outrem. A relação entre o domínio do dinheiro e do tempo faz-se de forma estreita, na medida em que o valor é determinado pelo tempo. Harvey (1989) defende, portanto, que as práticas temporais não são neutras. Nesse sentido, o autor afirma que “a mensuração do tempo (...) foi simultaneamente um signo da criatividade recém-descoberta e um agente catalizador do uso do conhecimento para a obtenção de riqueza e poder” (HARVEY, 1989, p. 207).

Na sociedade burguesa, o domínio do tempo e do dinheiro, a riqueza e o poder estão concentrados, portanto, em determinada classe social, que detém a propriedade dos meios de produção. O capitalista compra a força de trabalho humana; o capital coisifica e faz do

homem mercadoria. Pode-se dizer que ocorre a monetarização das relações sociais e, nesse sentido, o trabalho manifesta-se estranho ao homem. A intensificação e aceleração dos processos de trabalho relacionam-se com o imperativo do consumo exacerbado, principalmente por serviços efêmeros. A instantaneidade e a descartabilidade tornam-se práticas comuns no regime de acumulação flexível, que supera a rigidez do fordismo e se pauta na aceleração do tempo de giro do capital. Assim, há que se diminuir o tempo de produção e circulação, acelerando os processos econômicos e, como afirma Harvey (1989), acelerando a vida social.

Diante de constante busca pela ampliação na obtenção de lucros e mais-valia, objetivando maior acumulação do capital, o tempo torna-se uma das categorias-chave para o entendimento da corrida capitalista. Segundo Harvey, “... cada modo distinto de produção ou formação social incorpora um agregado particular de práticas e conceitos do tempo e do espaço” (HARVEY, 1989, p. 189).

É na esteira dessa corrida contra o relógio que o cotidiano social se concretiza. Em tempos em que diferentes mecanismos são pensados para que a produção não cesse, desenvolvem-se estratégias que fazem com que o trabalhador esteja constantemente conectado à empresa e à sua disposição (funcionários são pagos para ficar em *stand by*, outros possuem um aparelho telefônico móvel da empresa, que precisa estar constantemente ligado, outros ainda têm acesso a todo sistema da empresa de sua própria casa). E mesmo para os funcionários que precisam estar na própria empresa – que são ainda a maioria – o tempo se esgarça.

Os minutos e horas perdidos para a locomoção até o trabalho, o pouco tempo destinado ao descanso e às refeições e a correria para que se possa realizar os afazeres do mundo moderno sustentam a necessidade de aceleração da vida. No bojo dessa aceleração o número de franquias das redes de *fast food* expande-se largamente e esse tipo de restaurante é cada vez mais comum no país (e no mundo), já que até para comer o tempo torna-se escasso.

Como exemplo desse fato, em entrevista a Jovem 01 aponta o motivo de sua saída como a junção de várias coisas: “o horário, o salário, o tempo que você não tinha, eu não tinha tempo pra nada”³⁸, o que demonstra a perda do tempo social para o tempo de trabalho, assim como o relato de tantos outros jovens.

E em meio à ideologia que exalta a produção e condena o ócio, a agilidade dos trabalhadores dessas redes passa a ser imperativo exigido não apenas pelos empregadores,

³⁸ Além disso, pouco antes de seu pedido de demissão, ela havia sofrido um acidente de trabalho.

mas pelos próprios clientes, não sendo observadas as condições sob as quais os funcionários se encontram. Dessa forma, como demonstram as entrevistas realizadas com os jovens acima referidas, o tempo se faz controlador no trabalho em redes de *fast food*, cujo nome já apresenta a rapidez como característica primordial.

Dessa forma o trabalho, que ocupa reconhecidamente centralidade na vida do homem, perde então seu caráter positivo para tornar-se uma obrigação que desgasta o sujeito, com impactos para seu cotidiano e relações como um todo.

Nesse sentido, a exploração dos trabalhadores, explícita e também implícita, não apenas “rouba-lhes” o tempo social. Braverman, na década de 1970, já abordava a questão da degradação do trabalho e identificava algumas das formas de apropriação das relações sociais dos trabalhadores por parte do capital.

Em uma sociedade em que a força de trabalho é comprada e vendida, o tempo de trabalho torna-se aguda e antagonisticamente dividido a partir do tempo de lazer, e o trabalhador suspira pelo tempo “livre” a que dá extraordinário valor, enquanto a hora do trabalho é considerada tempo perdido ou desperdiçado. O trabalho deixa de ser uma função natural e converte-se numa atividade extorquida, e o antagonismo a ele expressa-se numa tendência a encurtar a jornada, de um lado, e do outro os aparelhos domésticos simplificadores do trabalho ganham prestígio, pelo que o mercado apressa-se em fornecê-los. Mas a atrofia da comunidade e a aguda divisão do meio natural deixa um vazio quando ele entra nas horas “livres”. O preenchimento do tempo ocioso também se torna dependente do mercado, que inventa continuamente divertimentos passivos, entretenimentos, e espetáculos que se ajustam às restritas circunstâncias da cidade e são oferecidos como sucedâneos da própria vida. Uma vez que se tornam meios de encher as horas “livres”, eles fluem em profusão das instituições empresariais que transformaram todos os meios de entretenimento e “esporte” num processo de produção para ampliação do capital. (...) Tão empreendedor é o capital que mesmo onde é feito o esforço por um setor da população para ir em busca da natureza, do esporte, da arte através de atividade pessoal e amadorista ou de inovação “marginal”, essas atividades são rapidamente incorporadas ao mercado tão logo possível (BRAVERMAN, 1981, p. 237). Grifos do autor.

Além da usurpação do tempo social do trabalhador e da apropriação da mais-valia por ele produzido, o capitalismo também os aliena em relação a seu trabalho. Essa alienação ofusca a percepção da existência da divergência de interesses entre as classes e beneficia o desenvolvimento do capital. Os esforços a fim de padronizar as ações dos trabalhadores e

influenciar sua forma de ver o mundo, obscurecendo os conflitos existentes nas relações sociais, fazem parte da estratégia de “capturar” a subjetividade humana.

Diante da compreensão de que a subjetividade é construída a partir das experiências vividas pelo sujeito, pode-se afirmar que condições de trabalho que limitam o desenvolvimento pleno de suas faculdades e possibilidades restringem também as formas de construção de sua subjetividade, impactando diretamente seus projetos de vida e relações sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento da metodologia de uma pesquisa científica não é algo simplificado, já que a essência da realidade não pode ser apreendida à primeira vista. Torna-se assim necessário um movimento que busque a compreensão mais ampla dos fenômenos sociais na perspectiva de totalidade, já apresentada no método materialista histórico dialético proposto por Karl Marx.

A partir da apreensão da interligação entre as relações de produção e reprodução da vida social e do imbricamento entre a materialidade do objeto e da subjetividade por ela emanada, da unidade existente entre objetividade e subjetividade, é que este trabalho pôde percorrer seus caminhos metodológicos, desde levantamentos e análises bibliográficas até a pesquisa de campo.

Nesse sentido, destaca-se a importância de uma investigação para além de dados objetivos, que buscou compreender a dinâmica contraditória da vida social. Como diversas vezes reiterado ao longo deste trabalho, objetividade e subjetividade complementam-se na realidade social, o que leva à necessidade de que ambas as esferas sejam estudadas, entendidas e analisadas – conjuntamente.

A partir do referencial bibliográfico estudado, pretendeu-se, inicialmente, compreender as relações entre trabalho e juventude. Posteriormente, os jovens trabalhadores foram localizados em seu espaço de trabalho, assim como foi realizado um debate sobre os processos de produção. Seguiu-se a apresentação do *locus* da pesquisa para, por fim, ser apresentada a pesquisa de campo e análise da mesma.

A pesquisa de campo compreendeu pesquisa quantitativa e qualitativa, sendo que essa foi composta por entrevistas semiestruturadas. Tais entrevistas foram aplicadas pela própria mestrandia aos jovens de ambos os sexos, funcionários e ex-funcionários dos restaurantes McDonald's instalados no Independência Shopping e no Alameda Shopping em Juiz de Fora.

A metodologia inicial determinava que a forma de abordagem dos entrevistados para a realização do convite para participação da pesquisa seria por meio de redes sociais. Embora parte dos jovens tenha sido encaminhada à pesquisadora dessa forma, a dificuldade em conseguir uma quantidade substantiva de entrevistas levou à modificação da metodologia inicial. Assim, parte dos jovens foi contatada por intermédio da gerência dos restaurantes.

Embora corra-se o risco de que tenha havido algum tipo de influência ou indução de respostas por parte da rede aos entrevistados, cujo contato foi realizado via empresa, a regularidade de algumas análises apresentadas pelos jovens permite que a consideração de

que os resultados representem parte da realidade – que se apresenta de forma diversa e multifacetada – seja plausível.

A pesquisa pôde constatar que a empresa estudada exerce forte influência sobre a construção da subjetividade de seus jovens trabalhadores. Sabe-se que todas as experiências vividas pelos sujeitos vão influenciar esse processo. Ressalta-se, porém, que o McDonald's desenvolve mecanismos e estratégias – com o objetivo de expandir sua acumulação – que atingem diretamente a construção e formação desses jovens.

No capitalismo, o trabalho assalariado parcializado faz com que o trabalhador não se identifique com sua produção. Porém são desenvolvidas estratégias para que a divergência de interesses entre capital e trabalho seja obscurecida, fazendo com que o trabalhador se submeta ao empregador e, muitas vezes, incorpore suas práticas e pensamentos.

É importante compreender a subjetividade como uma forma de conhecimento do mundo, construída a partir da materialidade objetiva na qual o sujeito está inserido e das condições e experiências concretas por ele vivenciadas.

A subjetividade é fruto desse movimento permanente e sofre influências das relações sociais vivenciadas e dos sujeitos individuais e coletivos que compõem a trama social, localizada em determinado espaço e tempo sociais. Nesse sentido, pode-se afirmar que a subjetividade é socialmente produzida e está em permanente (re)construção.

Como movimento e processo, possui facetas contraditórias que se negam e se afirmam no movimento dialético da experiência do real. Os conflitos, portanto, são parte constitutiva dessa produção. Embora seja construída coletivamente, a experiência de cada sujeito e as determinações sociais do contexto no qual se insere vão levar a uma construção singular.

No caso dos jovens trabalhadores do McDonald's, por exemplo, embora as influências advindas do exercício laboral sejam as mesmas, a forma de interpretação será de acordo com as diferentes experiências vivenciadas por cada um deles, fazendo com que a subjetividade construída seja própria de cada sujeito.

Foi possível perceber que a empresa trabalha constantemente o imaginário de seus funcionários, e muitos deles passam a “amar tudo isso”. A pesquisa demonstrou que muitos jovens não reconhecem práticas de exploração por parte da empresa, assim como também mostrou que, após se desligarem da rede e se inserirem em outros empregos, essa prática torna-se evidenciada.

Dessa forma, a política de contratação de jovens inexperientes demonstra-se como estratégia essencial à empresa, favorecendo suas práticas padronizadoras e em alguns aspectos, abusivas. Nesse sentido, é importante desmistificar a conotação social atrelada a

essa política da rede e perceber, para além do imediato, que existem outras determinações que compõem o sistema adotado pelo McDonald's.

Afere-se também que o tempo destinado ao trabalho restringe cada vez mais o tempo do trabalhador destinado a sua sociabilidade. Dessa forma, as relações sociais – familiares, amorosas, de lazer, dentre outras – dos jovens são reduzidas, prejudicadas.

A esfera educacional, de relevância indiscutível para a juventude, também sofre impactos gerados pelo trabalho exaustivo. Jovens “se acostumam” com o ritmo, mas sentem-se cansados, alguns deixam a escola, outros pensam em deixar o trabalho.

A juventude é uma geração em construção. Mas a juventude também está vivendo o hoje. E o presente por ela vivenciado terá impactos diretos em seu futuro. Sendo assim, a restrição do desenvolvimento de sua subjetividade diminuirá as possibilidades a serem por ela vivenciadas no futuro.

As condições de trabalho nas quais se insere o jovem devem ser questionadas e constantemente repensadas, para que tenha seu desenvolvimento pleno, o que deveria ser garantido a todos, independentemente de cor, gênero, idade, classe social, território de pertencimento.

Este estudo pretendeu conhecer parte de uma realidade que, multifacetada e em constante movimento, ainda guarda muitos aspectos a serem desvendados e apreendidos. Como estudo inicial, deve ser aprofundado, a fim de que os direitos da juventude sejam garantidos.

Marx afirma que o conhecimento nunca está acabado, pronto, determinado, já que a realidade é complexa e está em constante transformação. Reitera-se aqui, portanto, que o movimento de apreensão da realidade, por meio do método materialista histórico dialético, necessita de um exercício constante de reflexão.

A partir da compreensão de que a intenção final da busca pelo conhecimento não é apenas “a interpretação do mundo, mas efetivar sua transformação” (11ª Tese sobre Feuerbach *apud* SOUZA FILHO, 2003, p. 123), esta dissertação buscou, por meio da apreensão do conhecimento e seu objeto, visualizar aspectos que impactam a vida do jovem trabalhador, a fim de que se possam ser pensados instrumentos de melhoria de suas condições de trabalho e vida. Ou seja, objetiva provocar transformações em prol dos jovens trabalhadores, sendo essa a centralidade do método.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ABRAMO, Helena & BRANCO, Pedro (Orgs.). **Retratos da Juventude Brasileira**: análise de uma pesquisa nacional. São Paulo: Perseu Abramo, 2005.

ABRASCE. Disponível em: <http://www.portaldoshopping.com.br>. Acesso em 16 de agosto de 2012.

ALVES, Giovanni. **Trabalho e subjetividade**. O espírito do toyotismo na era do capitalismo manipulatório. São Paulo: Boitempo Editorial, 2011.

ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho**: ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo: Cortez, 2000.

ANTUNES, R. **Os Sentidos do Trabalho**. São Paulo: Boitempo, 1999.

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE JUIZ DE FORA. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2009. Disponível em: <<http://www.cps.ufjf.br/anuarios/Anuario2009/index.html>>. Acesso em 14 ago. 2013.

AREND, S. M. F.; REIS, A. M. D. **Juventude e restaurantes fast food**: a dura face do trabalho flexível. Revista Katálysis, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 142-151, dez. 2009.

BAUER, Marcio André Leal *et al.* **O trabalho no “centro” do consumo**: uma análise das relações laborais em um *shopping center* de Porto Alegre. SINERGIA, Rio Grande, v. 12, n. 2, p. 49-60, 2008.

BIENENSTEIN, G. **Shopping Center**: o fenômeno e sua essência capitalista. Revista GEOgraphia, v. 3, n. 6, 2001.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/portal-mte/>>. Acesso em 05 out. 2011.

BRASIL DE FATO. Disponível em: <<http://www.brasildefato.com.br/>>. Acesso em 20 mar. de 2013.

BRAVERMAN, H. **Trabalho e capital monopolista**. A Degradação do Trabalho no Século XX. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

CAMPOS, A. **Juventude e Ação Sindical**. Crítica ao trabalho indecente. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2010.

CAPUCHINHO, M. N; ROSA, L. B. P. Juventude e experimentação do tecido urbano. **Revista da Geografia**, número especial, Juiz de Fora, v. 1, 2013. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/revistageografia/edicao-especial-2/numero-especial-v-1-2013-i-seminario-de-pesquisa-juventudes-e-cidades-2/>>. Acesso em 01 jun. 2013.

CAPUCHINHO, M. N; ROSA, L. B. P. **Ação Política da Juventude**: indicações de sua trajetória e contemporaneidade. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Serviço Social) - Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2008.

CASSAB, M. A. T. **Jovens pobres e o futuro**: a construção da subjetividade na instabilidade e incerteza. Niterói: Intertexto, 2001.

CASSAB, M. A. T. Processos de subjetivação da juventude na contemporaneidade: ação política em tempos de não política. In: GUIMARÃES, M. T. C; SOUSA, S. M. G. **Juventude e contemporaneidade**: desafios e perspectivas. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos; Goiânia: Editora UFG: Cãnone Editorial, 2009.

CASSAB, M. A.T. et al. A juventude como categoria teórica: levantamento de sua configuração na literatura sociológica brasileira (1950-2000). **Revista Princípiã – Caminhos da Iniciação Científica**, Juiz de Fora, v. 01, 2010.

CASSAB, M. A.T. et al. **De revolucionários a violentos**: a questão da ação política da juventude na literatura. In: II Encontro Regional de Pesquisadores em Serviço Social da ABEPSS – Leste. Juiz de Fora, 2008.

CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

CHESNAIS, François. Mundialização: o capital financeiro no comando. **Outubro – Revista do Instituto de Estudos Socialistas**, n. 5, 2001.

CORRÊA, H. L. e CAON, M. **Gestão de Serviços**: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano**. São Paulo: Editora Ática, 1989.

DAYRELL, Juarez. O jovem como sujeito social. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 24, 2003.

FONTENELLE, I. A. **O nome da marca**: McDonald's, fetichismo e cultura descartável. São Paulo: Boitempo, 2006.

FORACCHI, Marialice. **A Juventude na Sociedade Moderna**. São Paulo: Pioneira, 1972.

FUNDAÇÃO RICARDO MOYSES JUNIOR. Disponível em: <<http://ricardomoysesjr.org.br/>>. Acesso em 24 ago. 2012.

GROPPO, Luís Antonio. **Juventude**: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas. Rio de Janeiro: DFEL, 2000.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume Editora, 2006.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. 7. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1989.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. 19. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

HARVEY, D. O trabalho, o capital e o conflito de classes em torno do ambiente construído nas sociedades capitalistas avançadas. **Espaço e debates**, São Paulo, n. 6, jun./set., p. 06-35, 1982.

IAMAMOTO, M. V; CARVALHO, R. **Relações Sociais e Serviço Social no Brasil**. Esboço de uma interpretação histórico-metodológica. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2008a.

IAMAMOTO, M. V. **Serviço Social em Tempo de Capital Fetiche**. Capital financeiro, trabalho e questão social. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2008b.

IBGE. **Censo demográfico 2010**. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/apps/atlas/>>. Acesso em 13 ago. 2013.

IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 14 ago. 2013.

INDEPENDÊNCIA SHOPPING. Disponível em: <<http://www.independenciashopping.com.br/>>. Acesso em 23 ago. 2012.

INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS APLICADAS – IPEA. População economicamente ativa. **Mercado de trabalho**, n. 53, A1, nov. 2012. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/mercadodetrabalho/bmt53_estat01_populacaoativa.pdf. Acesso em 01 mar. 2013.

INSTITUTO RONALD MCDONALD. Disponível em: <<http://www.instituto-ronald.org.br/>>. Acesso em 24 ago. 2012.

INTERBRAND. Disponível em: <http://www.interbrand.com/>. Acesso em 24 ago. 2012.

IULIANELLI, J. A. S. Juventude: Construindo Processos – O Protagonismo Juvenil. In: FRAGA, P. C. P; IULIANELLI, J. A. S. (Orgs.). **Jovens em Tempo Real**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

LEAL, F. **Um diagnóstico do processo de atendimento a clientes em uma agência bancária através de mapeamento do processo e simulação computacional**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – UNIFEI, Itajubá, 2003.

LEFREBVRE, H. **Espaço e Política**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

LEFREBVRE, H. A “práxis”: a relação social como processo. In: MARTINS, José de Souza; FORACCHI, Marialice Mencarini (Orgs.). **Sociologia e Sociedade**. Leituras de introdução à Sociologia. Rio de Janeiro, LTC, 1997.

LEFREBVRE, H. Estrutura Social, p. a reprodução das relações sociais. In: MARTINS, José de Souza; FORACCHI, Marialice Mencarini (Orgs.). **Sociologia e Sociedade**. Leituras de introdução à Sociologia. Rio de Janeiro: LTC, 1997.

LEÓN, O. D. Uma revisão das categorias de adolescência e juventude. In: GUIMARÃES, M. T. C; SOUSA, S. M. G (Orgs.). **Juventude e contemporaneidade**: desafios e perspectivas. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos; Goiânia: Editora UFG: Cânone Editorial, 2009.

MADEIRA, Felicia & BERCOVICH, Alicia. A “Onda Jovem” e seu impacto na População Economicamente Ativa de São Paulo. **Planejamento e políticas públicas**, Brasília, IPEA, v. 1, n. 8, p. 1-28, dez. 1992.

MANNHEIM, K. **O problema sociológico das gerações**. In: FORACCHI, M. M. (Org.). **Mannheim**. São Paulo: Ática, 1982. Coleção grandes cientistas sociais – 25.

MANNHEIM, Karl. O problema da juventude na sociologia moderna. In: BRITTO, Sulamita de (Org.). **Sociologia da Juventude I**, da Europa de Marx à América Latina de hoje. Rio de Janeiro. Zahar Editores, 1968.

MARTINS, M.V. Marxismo e subjetividade: uma leitura dos “Manuscritos de 44”. In: **Anuário do laboratório de subjetividade e política**. Departamento de Psicologia. UFF. Ano I. Vol. I. Dez 91 a dez 92. Rio de Janeiro: MCR Gráfica e Editora Ltda, 1991.

MARX, K. **O Capital**: crítica da economia política. 18. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

MENEZES, M. L. P; MONTEIRO, G. L. Espaços de Vida e Resistências: lutas frente à expropriação do Espaço Comunitário. **VXI Encontro Nacional de Geógrafos**, Porto Alegre, 2010, Porto Alegre.

MÉSZÁROS, I. **Para além do capital**: rumo a uma teoria de transição. Campinas, Editora da Unicamp; São Paulo, Boitempo Editorial, 2003.

MINTZ, W. S. Comida e Antropologia. Uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 16, n. 47, out. 2001.

MONTAÑO, C; DURIGUETTO, M. L. **Estado, Classe e Movimento Social**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

NETTO, José Paulo. Cinco notas a propósito da questão social. **Temporalis**, Brasília, ABEPSS, ano 2, n. 3, p. 41-45, jan./jun. 2001.

NETTO, J. P. e BRAZ, M. **Economia política: uma introdução crítica**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

NOCELLI, Gracielle. Novo shopping terá 166 lojas e 6 âncoras. **Tribuna de Minas**, Juiz de Fora, 27 de maio de 2013, Seção Economia. Disponível em: <<http://www.tribunademinas.com.br/economia/novo-shopping-tera-166-lojas-e-6-ancoras-1.1285417>>. Acesso em 30 jul. 2013.

NOVAES, R. Juventude, exclusão e inclusão social: aspectos e controvérsias um debate em curso. In: FREITAS, M. V; PAPA, F. C. (Org.). **Políticas Públicas: juventude em pauta**. São Paulo: Cortez, 2003.

OLIVEIRA, F. O Estado e o urbano no Brasil. **Espaço e debates**, São Paulo, n. 6, p. 36-54, jun./set. 1982.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO – OIT. Escritório Brasil. Disponível em: http://www.oit.org.br/sites/default/files/topic/youth_employment/pub/trabalho_decente_juventude_brasil_252.pdf. Acesso em 14 ago. 2013.

PAIS, José Machado. **Culturas Juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1993.

POCHMANN, Márcio. **A inserção ocupacional e os empregos dos jovens**. São Paulo: Associação Brasileira de Estudos do Trabalho, 1998.

PNUD BRASIL – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento do Brasil. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/>>. Acesso em 14 ago. 2013.

REIS, A. M. D. Relações de trabalho no mundo juvenil: o caso da corporação McDonald's. Associação Nacional de História – ANPUH. **XXIV Simpósio Nacional de História**, Florianópolis, 2007.

SALAMA, P. e VALIER, J. **Uma introdução à economia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Nobel, 1993.

SHOPPING ALAMEDA JUIZ DE FORA. Disponível em: < <http://www.alamedajf.com.br/>>. Acesso em 23 ago. 2012.

SPOSITO, Marília. **Os jovens no Brasil**: desigualdades multiplicadoras e novas demandas políticas. São Paulo: Ação Educativa, 2003.

SOUZA FILHO, R. **Apontamentos sobre o Materialismo Dialético**. In: Libertas, Revista da Faculdade de Serviço Social da UFJF. Vol. 3 nº 1 e nº 2. Juiz de Fora: UFJF, 2003.

TEIXEIRA, F. J. S. **Pensando com Marx**: uma leitura crítico-comentada de O Capital. São Paulo: Ensaio, 1995.

YAZBEK, M. Carmelita. **Pobreza e exclusão social: expressões da questão social**. Temporalis. ABEPSS, Brasília, ano III, n. 3, p. 33-40, jan./jun. 2001.

ANEXOS



Programa de Pós-Graduação em Serviço Social
 Mestrado em Serviço Social
 TEL. +55 32 2102 3569
 Email: mestrado.ssocial@ufjf.edu.br

PESQUISADOR RESPONSÁVEL: LETÍCIA BARROS PALMA DA ROSA
 ENDEREÇO: RUA BENEDITO PINTO, 202/302
 CEP:: 36.016-490 – JUIZ DE FORA – MG - BRASIL
 FONE: (32) 3218-6729 (35) 9130 7527
 E-MAIL: LETICIABPR@YAHOO.COM.BR

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O Sr. (a) está sendo convidado como voluntário a participar da pesquisa “A PRODUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DO JOVEM TRABALHADOR INSERIDO NAS REDES DE FAST FOOD”.

Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você será esclarecido (a) sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade.

O pesquisador irá tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo.

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada.

O (A) Sr (a) não será identificado em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias, sendo que uma cópia será arquivada pelo pesquisador responsável a outra será fornecida a você.

Eu, _____, portador do documento de Identidade _____ fui informado (a) dos objetivos do estudo “A PRODUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DO JOVEM TRABALHADOR INSERIDO NAS REDES DE FAST FOOD”, de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Declaro que concordo em participar desse estudo.

Juiz de Fora, _____ de _____ de 2012.

Nome	Assinatura participante	Data
Nome	Assinatura pesquisador	Data
Nome	Assinatura testemunha	Data



Programa de Pós-Graduação em Serviço Social
 Mestrado em Serviço Social
 TEL. +55 32 2102 3569
 Email: mestrado.ssocial@ufjf.edu.br

PESQUISADOR RESPONSÁVEL: LETÍCIA BARROS PALMA DA ROSA
 ENDEREÇO: RUA BENEDITO PINTO, 202/302
 CEP.: 36.016-490 – JUIZ DE FORA – MG - BRASIL
 FONE: (32) 3218-6729 (35) 9130 7527
 E-MAIL: LETICIABPR@YAHOO.COM.BR

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O Sr. (a) está sendo convidado como voluntário a participar da pesquisa “A PRODUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DO JOVEM TRABALHADOR INSERIDO NAS REDES DE FAST FOOD”.

Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você será esclarecido (a) sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade.

O pesquisador irá tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo.

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada.

O (A) Sr (a) não será identificado em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias, sendo que uma cópia será arquivada pelo pesquisador responsável a outra será fornecida a você.

Eu, _____, portador do documento de Identidade _____ fui informado (a) dos objetivos do estudo “A PRODUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DO JOVEM TRABALHADOR INSERIDO NAS REDES DE FAST FOOD”, de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Declaro que concordo em participar desse estudo.

Juiz de Fora, _____ de _____ de 2013.

Nome	Assinatura participante	Data
Nome	Assinatura pesquisador	Data
Nome	Assinatura testemunha	Data

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM GERENTES

Função:

Responsável por quais lojas:

1. Quantos jovens trabalham na rede?
2. Há quantos jovens e quantas lojas?
3. Existe alguma política que leve em consideração o sexo/gênero?
4. Qual a média de idade dos jovens contratados?
5. Como ocorre o cadastro e a seleção dos jovens?
6. A franquia é autônoma em relação a isso?
7. Muitos têm seu primeiro emprego na rede?
8. Há preferência em contratar jovens sem experiência? Por quê?
9. Eles costumam ser contratados para quais cargos/funções?
10. Em média quanto tempo os jovens permanecem na rede?
11. Normalmente eles saem por decisão própria ou são demitidos?
12. Os jovens trabalham quantas horas por dia?
13. Tem quanto tempo de descanso?
14. Quantas folgas semanais?
15. Fazem hora-extra? Recebem por isso? Como funciona?
16. E os menores de idade? Há alguma diferença?
17. Como funciona a seleção de funcionários?
18. Como eles são distribuídos entre as funções da rede?
19. Qual o tempo necessário para que tenham a primeira promoção?
20. Além do salário (de quanto) os funcionários recebem mais algum benefício?
21. A maioria dos jovens está estudando? Há incentivo em relação a isso por parte da rede?
22. Os jovens recrutados são de que região da cidade? Existe algum critério em relação a isso?
23. A quantidade de vale-transporte recebida é invariável independentemente do local de moradia?
24. Eles trabalham só no shopping ou em alguma outra loja da rede também?

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM JOVENS QUE TRABALHAM NO MCDONALD'S

1. Qual a sua idade?
2. Há quanto tempo trabalha na rede?
3. Gosta do serviço? Como e por que chegou ao Mc?
4. Como é o trabalho? O que você faz?
5. O que vê de bom?
6. O que acha ruim?
7. Como é sua relação com os demais funcionários? E com a chefia?
8. Há rotatividade de funções? O que você pensa sobre isso?
9. Como é o sistema de recompensa e promoção? Você faz algo para consegui-las?
10. Como são seus horários? O horário de almoço é respeitado? E as folgas?
11. A alimentação é feita na própria rede? Quem escolhe o cardápio? Ele varia diariamente, vocês têm opções?
12. Você trabalha depois das 22h? (para os menores)
13. Quanto você ganha? (Averiguar o regime salarial)
14. Em que bairro você mora?
15. Quanto tempo gasta com deslocamento de sua casa à rede? (observar também a distância e tempo gastos da rede à escola)
16. Você recebe algum tipo de benefício, como vale-transporte? Quais?
17. Você estuda?
18. Tem tempo para estudar além do horário em que se encontra na escola?
19. E para o lazer?
20. Pensa em continuar trabalhando por muito tempo na rede?
21. De que forma você acha que esse trabalho contribui para sua formação profissional e pessoal?
22. Quais suas pretensões futuras? (relacionadas a trabalho)

23. Você imagina que há diferença entre o Mc do shopping e as lojas de rua?

24. Com que seus pais/avós trabalham/trabalhavam?

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM JOVENS QUE JÁ TRABALHARAM NO MCDONALD'S

1. Quanto tempo trabalhou na rede?
2. Qual era sua idade?
3. Como e por que chegou ao Mc?
4. Como era o trabalho? O que você fazia?
5. O que via de bom?
6. O que achava ruim?
7. Como era sua relação com os demais funcionários? E com a chefia?
8. Havia rotatividade de funções? O que você pensa sobre isso?
9. Você chegou a ser promovido? Como era o sistema de promoção e recompensas? Você fazia algo para consegui-las?
10. Como eram seus horários? O horário de almoço era respeitado? E as folgas?
11. A alimentação era feita na própria rede? Quem escolhia o cardápio? Ele variava diariamente, vocês tinham opções?
12. Você trabalhava depois das 22h? (para os menores)
13. Quanto você ganhava? (Regime salarial)
14. Você morava no mesmo bairro da rede? Qual a distância e o tempo que você gastava para se locomover de um a outro?
15. Você recebia algum tipo de benefício, como vale-transporte? Quais?
16. Você tinha tempo para estudar?
17. E para o lazer?
18. Você considera que essa foi uma experiência importante para você? De que forma?
19. Essa experiência é considerada como positiva para seus novos empregadores?
20. Por que você saiu? O que faz agora? (O que já fez nesse meio tempo?)
21. Como você faria uma comparação entre o Mc e suas outras experiências profissionais?
22. Você imagina que há diferença entre o Mc do shopping e as lojas de rua?
23. Com que seus pais/avós trabalham/trabalhavam?