

REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA: REPERCUSSÕES NA QUALIFICAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL DO TRABALHADOR DOS SUPERMERCADOS

RAIMUNDO WANDERLEY CORREA PADILHA
UFPA – GTPS (ADUFPA).

O objetivo deste texto é analisar as transformações no capitalismo vinculadas ao progresso tecnológico e a qualificação do trabalhador. Analisamos esse processo na esfera da circulação do capital tendo por objeto de estudo os supermercados de Belém-Pa, considerando as questões econômicas locais. As repercussões das transformações sobre a organização do trabalho nos supermercados e a redefinição dos perfis profissográficos para a ocupação dos cargos e funções assumem importância considerável quando tratamos da qualificação dos trabalhadores.

PALAVRAS-CHAVE: Capital comercial. Supermercados. Reestruturação produtiva. Qualificação. Formação profissional.

O contexto e problema

Num artigo publicado em 2000, dedicado à reestruturação produtiva no setor do comércio na região metropolitana de São Paulo, o DIEESE observou que a reestruturação produtiva no comércio, assim como na produção é uma tendência mundial e começou a se manifestar no Brasil mais intensamente a partir de 1995.

Utilizando o setor supermercadista do comércio de Belém como base empírica específica, buscamos responder algumas questões de pesquisa relacionadas com a introdução de novas tecnologias, os novos métodos de organização e de gestão do trabalho, identificando como eles tem afetado as relações de trabalho e modificado as exigências de qualificação dos trabalhadores desse setor, e principalmente, como tais exigências tem repercutindo diretamente em sua formação profissional.

Comparativamente questionamos se os efeitos da reestruturação produtiva na indústria que desencadeou uma multiprocessualidade em seu mundo do trabalho teria correspondência numa suposta reestruturação produtiva no comércio, e se esta precipitaria processos semelhantes, tendo em conta que a intensa integração da indústria com os serviços e o comércio, (CHAUVEL, 2002, p. 68) e a crescente indistinção entre

os trabalhadores que laboram nas esferas da produção e da circulação do capital em sua incessante tarefa de reproduzir-se em escala ampliada.

Se todo esse rol de reflexões tem por objetivo analisar as mudanças vivenciadas no conjunto das relações que compõem a totalidade do sistema capitalista, as quais vêm se manifestando na realidade histórica atual sob a forma de crise de acumulação, deter-se nas relações de produção e, nelas, especificamente nos processos de valorização e de frutificação do valor, ainda que fundamental para nosso entendimento, pareceu-nos ser insuficiente.

O circuito do capital industrial e o capital comercial

Analisemos um pouco a estrutura de funcionamento do capital a partir da fórmula explícita do movimento global do capital, $D - M (FT + MP) \dots P \dots M' (M + m) - D'$ ($D + d$), {dinheiro - mercadoria (força trabalho + meios de produção)...Produção...mercadoria valorizada (mercadoria + mais valia) - dinheiro valorizado (dinheiro + mais dinheiro)} onde se revelam as relações sociais tanto quanto as econômicas que determinam a existência do capital industrial e o papel específico do capital comercial.

Assim como, no âmbito do circuito do capital industrial em processo, temos o *ciclo do capital produtivo* representado na fórmula $P \dots M' - D' - M \dots P$, temos também o *ciclo do capital mercadoria*, expresso na fórmula geral $M' - D' - M \dots P \dots M'$, donde o ciclo do capital-mercadoria já se inicia na forma $M'(M + m)$, ou seja, capital valor acrescido de mais-valia gerada na produção.

Capital comercial e capital financeiro encerram tudo aquilo a que Marx (1985) chamou de capital mercantil, ou seja, capitais que adquiriram relativa autonomia no circuito do capital industrial desenvolvendo funções particulares na esfera da circulação e que por isso se transformaram em atividades particulares de uma categoria específica de capitalistas.

Na relação estabelecida entre o capital mercantil/comercial e o capital industrial este terá como função realizar o seu capital-mercadoria na forma capital-dinheiro do comerciante, até que a tarefa de realizá-la cumpra-se ao ser inserida na esfera do consumo individual ou do consumo produtivo se nas mãos de outro capitalista. O setor supermercadista localiza-se especificamente no derradeiro ato do processo de circulação, naquele em que cabe ao comerciante a função de realizar

definitivamente o valor de troca que antecede o valor uso das mercadorias na esfera do consumo.

No processo de reprodução de *todo capital da sociedade*, uma parte sempre estará na esfera da produção na forma de capital produtivo enquanto outra circula nas formas de capital-dinheiro ou capital-mercadoria.

O Comerciante se ocupa apenas com as operações de compra e venda de mercadorias, liberando o produtor do gasto improdutivo tanto de seu precioso tempo quanto de seu escasso capital, favorecendo a rápida conversão do capital-mercadoria em dinheiro, mais rápido que o próprio produtor desse capital o faria. É nesta relação da produção com a realização que encontramos a principal determinação do capital comercial sob o capitalismo industrial: a abreviação do tempo de circulação¹ do capital nas formas dinheiro e mercadoria.

É somente dentro dessa perspectiva temporal, soma de tempo de produção e circulação, do circuito do capital, que se pode considerar seu ciclo isolado, completo em si mesmo, ou ainda a repetição sucessiva do mesmo, sua *rotação*². Rotação que na forma de capital comercial se limita à metamorfose M – D dum circuito qualquer do capital industrial, encerrando a mesma, nessa função, os atos de compra D – M e venda M – D de uma mercadoria, onde “A velocidade da circulação do capital-dinheiro adiantado pelo comerciante depende: 1) da velocidade com que se renova o processo de produção e se engrenam os diferentes processos de produção; 2) da rapidez do consumo” (MARX, 1981, p. 320).

O capital comercial se apresenta alternativamente sob a dupla forma de capital-mercadoria ou capital-dinheiro, mas sua característica mais marcante é que, por funcionar apenas na esfera da circulação, é estéril, não produzindo qualquer valor ou mais-valia, atributos exclusivos da esfera da produção. Ele pode no máximo abreviar o tempo de circulação do capital industrial e com isso contribuir *indiretamente* para aumentar o tempo de produção e a mais-valia nele produzida ampliando assim o volume de mais-valia que servirá de base para o cálculo das taxas de lucro geral e média, o que *em si* o torna fundamental a lógica da acumulação que determina a produção capitalista.

¹ Rosdolsky (2001) distingue a circulação real, aquela que transforma a existência espacial do produto por meio da indústria do transporte acrescentando-lhe com isso valor novo, da circulação econômica, na qual há apenas mudança na forma do valor de mercadoria para dinheiro ou vice-versa.

² A rotação do capital envolve o tempo total de renovação do capital constante (meios de produção); não apenas sua parte circulante, aquela que se transfere integralmente às mercadorias a cada circuito do capital, como também a sua parte fixa, aquela que se transfere somente aos poucos às mercadorias.

Tendências históricas do capital e o capital comercial

Para além das características e funções estruturais intrínsecas ao capital comercial é necessário localizá-lo frente às principais tendências históricas do desenvolvimento do capitalismo: a concentração e a centralização do capital. *Concentração de capital* significando a crescente concentração de meios de produção nas mãos de capitalistas individuais somado ao funcionamento do capital social - seja pela dispersão dos novos capitais ou pela fragmentação dos velhos e *centralização* um processo em que capitais maiores expropriam capitais menores promovendo uma espécie de concentração que não se limita pela necessidade de crescimento do capital social.

O comércio varejista, o ramo mais tradicional dos serviços, assim como o setor financeiro, também vem passando por um amplo processo de internacionalização³ engendrando intensos processos acumulação, centralização de redes e grupos comerciais, impulsionados pela intensificação da concorrência manifestada na tendência do mercado a oligopsonização⁴ em alguns de seus segmentos, tais como o de supermercados.

Mandel (1985) assinala como parte desse processo o surgimento da taxa de lucro dual⁵ a qual se manifesta na coexistência de uma taxa média de lucro dos setores não monopolizados com outra taxa média de lucro dos setores monopolizados indicando a dinâmica de ambas unificarem-se numa taxa média social global de lucro, em função da tendência dos monopólios a ampliarem seu campo de atuação, aproximando os superlucros da taxa média não monopolista.

Mandel (1985) aponta que superlucros de um lado significa superacumulação de outro, e como síntese do processo temos o estreitamento da capacidade de inversão produtiva das crescentes massas de capitais dos setores monopolistas em busca de valorização. A saída encontrada para a contradição toma a forma de deslocamento de um grande volume de recursos para as funções intermediárias do capital (comércio e finanças), assim como para o setor de serviços (alimentação,

³ Existem diferentes formas de internacionalização do capital – realização de mais-valia, produção de mais-valia, compra da mercadoria força de trabalho, controle do capital através da transferência de propriedade – sendo que essa última pode ser de fato considerada como a verdadeira centralização.

⁴ Ver Chesnais “Mundialização do Capital” (1996, p. 191).

⁵ Mandel (1985) responde a crítica de Altvater sobre a lei do valor só admitir uma taxa média de lucro, sinalizando que o autor não distingue o processo de equiparação no capital monopolista e na livre concorrência.

iluminação, água, e outros) promovendo nelas também um rápido e acelerado processo de concentração e centralização de capitais.

O surgimento de conglomerados com atividades produtivas, intermediárias e de serviços se anunciou então como a alternativa possível ao grande capital internacional centralizado para que ele possa tentar manter e perseguir as taxas monopólicas de superlucro.

Na atual fase do capitalismo mundial ocorrem profundas mudanças na *performance* técnica da produção que combinadas às correspondentes alterações nas instituições do capitalismo e aos processos de globalização e financeirização determinam uma maior complexificação do processo de acumulação capitalista (DUMENIL; LÉVY, 2003, p. 26), os espaços de circulação de mercadorias até então considerados subsumidos a dinâmica da produtividade do capital se tornam menos subordinados em suas dinâmicas e passam a estabelecer um outro padrão de entrelaçamento com a esfera da produção.

Assim o setor de serviços, com todos os problemas teóricos de que sua insuficiência conceitual se resente, tem se apresentado atualmente como a nova fronteira da mundialização do capital, processo esse que atende a determinação de maximização dos lucros e aponta para a necessidade do grande capital controlar a totalidade da cadeia de valor - do crédito à compra de meios de produção, da produção até a venda do capital-mercadoria, passando pelas redes de serviços pós-venda - absorvendo diretamente no circuito de valorização do capital os mais diversos serviços nela envolvidos, pois, quando entregues a distintos capitais “a complementaridade entre indústria e serviços não tem nada de coexistência pacífica” (CHESNAIS, 1996, p. 190).

Chesnais (1996) alerta ainda que muitas multinacionais⁶, no período mais recente, estão realizando volumosos investimentos externos de capital em atividades comerciais, cuja finalidade declarada é impedir que a grande concentração de capital por grupos atacistas e varejistas atue no sentido de reduzir-lhes os lucros.

O crescimento quanti/qualitativo do setor de serviços e toda a heterogeneidade que passa a caracterizá-lo impõe atualmente um tratamento diferenciado ao que historicamente lhes fora reservado no campo da sociologia do trabalho, qual seja, o de uma reflexão marginal em função de tratar-se de um setor onde predomina, o trabalho improdutivo⁷, reflexão essa que desconsidera a inteiração

⁶ Os grupos alemães estruturados em Kozem, os sogo sosha dos grupos japonese. (P. 190).

⁷ Ver Marx em Teorias da Mais-Valia, Vol I.

estabelecida entre as esferas e ciclos do capital, esquecendo que “na ausência de ‘mercadorias’, o capitalismo não criou, de fato, ‘serviços mercantis’” (LOJKINE, 1990, p. 43).

A crescente importância assumida pelos serviços na sociedade contemporânea extrapola sua estrita dimensão econômica e tem levado de distintas gerações de autores a advogarem a transformação na sociedade capitalista de sua forma industrial para formas pós-industriais ou informacionais, ainda que sem ultrapassarem o que essencialmente determina sua totalidade capitalista, ou seja, o seu modo de produção⁸.

Essa crescente importância se manifesta na fina sintonia estabelecida com as mais variadas inovações tecnológicas, físicas e de processo, o que talvez explique sua permanente condição de objeto de investigação quando no mundo do trabalho se trata de investigar processos de reestruturação produtiva levados pelo capital fora da esfera da produção.

Lucro e Capital Comercial

Para Marx o lucro comercial principia no processo de compra quando o comerciante adianta capital-dinheiro ao produtor e dele obtém uma mercadoria por um preço onde *à parte da mais-valia* correspondente ao volume de investimento feito pelo capital comercial *apresenta-se nele deduzida*. Após vender a mercadoria, com o preço recomposto, o comerciante recupera o valor do capital adiantado acrescido daquela mais-valia não paga ao produtor.

Marx observa também que do montante investido pelo capital comercial, uma fração do mesmo se destina a consumo de trabalho assalariado, o qual ficará responsável por desenvolver as atividades comerciais que deveriam ser efetivadas pelo comerciante. São *custos estritos da circulação*.

Pari e passu ao crescente processo de acumulação do capital produtivo, viveu-se também um processo de acumulação comercial. Isso implicou em maiores investimentos tanto em *capital fixo K* como em *capital variável b*, esse destinado a comprar de força-trabalho para as atividades de comércio. O *capital circulante B* nas condições $B + b$ é menor do que B o seria no caso de todo o capital comercial ser

⁸ Ver Manuel Castells em “A Sociedade em Rede”, v. I “A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura”. (2002, p. 55).

aplicado em mercadorias, e se cada comerciante tivesse de operar seu próprio capital sem empregados.

De acordo com Marx o comerciante compra com **b** não é *capital variável* mais sim trabalho necessário para fazer funcionar o capital comercial, trabalho esse que não cria valor nem gera mais-valia e deveria ser despendido ele próprio. Para o capital comercial, no entanto, **b** precisa não só ser restituído como também remunerado pela taxa de lucro médio, o que correspondente a **b** + lucro de **b**; o comerciante quer que lhe paguem tanto o trabalho por meio do qual faz funcionar o capital mercantil quanto quer que lhe paguem o lucro do trabalho do comerciário por este funcionar como capital variável.

Nesse sentido é que Marx pondera o aparente paradoxo da questão: se para o capital produtivo os custos de circulação do capital-mercadoria não passa de custos necessários, para o capital comercial eles aparecem como investimento produtivo, inclusive o trabalho do comerciário por ele comprado, e por isso mesmo fonte de lucro (1981, v. 5, p. 346/347).

Os supermercados brasileiros em meio da Reestruturação Produtiva

Na efetivação de seu circuito, assim que o capital deixa a esfera da produção e penetra na esfera da circulação tem início uma série de trocas das quais apenas a última - que tira o capital-mercadoria da esfera da circulação e o desloca para a esfera do consumo produtivo ou improdutivo - implica de fato na realização do valor do capital-mercadoria fruto de sua metamorfose em capital-dinheiro, encerrando assim o seu movimento de valorização.

Os supermercados surgem em 1912, na Califórnia (EUA), com a idéia de auto-serviço, com o estabelecimento entre 1915-1916 das lojas *Alpha Beta Marerts* na Califórnia e *Piggly Wiggly* no Tennessee nos Estados Unidos. A adoção do auto-serviço representou uma revolução conceitual e tecnológica na esfera da circulação proporcional à introdução da *combinação de trabalho* adotado pelas fábricas quando da introdução do maquinário. A natureza imaterial dessa revolução não esconde deveras o êxito promovido no sentido do incremento da produtividade do capital comercial, abria-se aqui o programa de aplicação técnico-científico na esfera da circulação do capital.

Segundo análises atuais, a falência do padrão fordista de acumulação, forçou muita das empresas capitalistas a buscarem alternativas viáveis à sua sobrevivência. A introdução de tecnologias de base microeletrônica substituindo a

automação rígida de base eletromecânica somadas às novas formas de organização do processo de trabalho em detrimento das formas taylorista-fordistas, condensam as iniciativas implementadas pelo capital no sentido de flexibilizar a produção; delas emergem o novo modelo de acumulação capitalista indistintamente denominado de neofordismo, especialização flexível, Ohnismo, toyotismo etc., ou, segundo Braga (1996, p. 120), genericamente chamado de pós-fordismo.

A reestruturação produtiva é aqui sintetizada como o conjunto dessas transformações orgânicas processadas no interior das empresas capitalistas no sentido de responder de maneira eficiente às exigências impostas pelo novo padrão de acumulação gestado pelo movimento de valorização do capital em suas esferas de produção e circulação.

O gasto com novas tecnologias físicas e de processo enquanto estratégia para o aumento da produtividade do capital nos supermercados acompanha a lógica identificada por Marx (1985) quando analisou o circuito descrito pelo capital total.

O principal meio de redução do tempo de produção é a elevação da produtividade do trabalho, o que normalmente se chama de progresso da indústria. [...] O principal meio para reduzir o tempo de circulação é o aperfeiçoamento das comunicações. (MARX, 1985, v.3, p. 56).

A reestruturação produtiva no comércio busca realizar esta potência assinalada por Marx, e nos supermercados, em particular, ela compõe-se de três movimentos distintos, a saber: a introdução de tecnologias de comunicação, a automação comercial, e a logística; estes movimentos se integram, combinam e complementam dentro de uma racionalidade econômica específica.

A automação comercial determina-se pela necessidade imanente e permanente do capital de, na busca de sua valorização, revolucionar as condições técnicas e sociais do processo de trabalho a fim de reduzir a fração correspondente ao tempo de trabalho necessário destinado à reprodução do trabalhador, aumentando absoluta e relativamente a proporção do tempo de mais-trabalho, fundamento e substância da mais valia.

A automação comercial e o uso de tecnologias de informação possibilitaram, no terreno da logística, também o desenvolvimento do ECR (*Efficient Consumer Response*) para o gerenciamento e controle da cadeia de abastecimento. A implantação do ECR é custosa e seu retorno demorado, contudo, no curto prazo, seu

potencial de redução de custos, diga-se trabalho necessário, nos supermercados com inventários, requisição de produtos, fatura, e pagamento pode atingir nos Estados Unidos 30 bilhões de dólares e 33 na Europa (KUMAR, apud SESSO FILHO, 2003, p.35).

As tecnologias de informação, a automação comercial e a logística representam um importante investimento em capital constante, o qual na relação estabelecida com o capital variável, implica sempre num aumento da composição orgânica do capital, pois como nos lembra Rosdolsky (2001):

O emprego de maquinaria para aumentar a mais-valia implica, pois, uma contradição: dos dois fatores que determinam qual será a mais-valia produzida por um capital de magnitude dada, ele aumenta um (a taxa de mais-valia) e diminui o outro (o número de trabalhadores).

No entanto, dada a especificidade do capital atuante na esfera da circulação, sua natureza improdutiva na criação de valor e mais-valia, tal argumento apesar de fecundo torna-se inexato. A reestruturação produtiva nos supermercados traz, contudo, para o âmbito das empresas do setor necessidades de ajustamento, que só com o tempo poderão ser melhor explicitadas, estejam elas relacionadas ao processo de organização do trabalho nas firmas ou vinculadas às demandas de qualificação do trabalhador.

Os supermercados na cidade de Belém

A década de 1990 marca no Pará à época de consolidação das novas características do mercado varejista local e nacional e a afirmação dos principais supermercados, que atravessaram as intempéries econômicas da década anterior. Produto desse contexto é a avassaladora entrada no setor do grupo Yamada em 1992.

Expressão da relevância que os supermercados assumiram é o índice 60% do faturamento 60% no conjunto do setor de comércio e serviços paraense em 2002. Esse faturamento do auto-serviço paraense da ordem de R\$1,6 bilhão, cerca de 10% do PIB estadual – ficou bem acima da média nacional que foi de 6% do PIB do Brasil - (SUPERHIPER-PARÁ, 2002, p.12).

Números publicados pela Associação Paraense de Supermercados (ASPAS) indicam que os supermercados paraenses vêm ocupando lugar de destaque no cenário

nacional. Na classificação do ranking da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) que analisa anualmente os dados das 500 maiores empresas do setor, desde o ano 2000 eles detêm a décima colocação na classificação geral, sendo que nos anos de 2003 e 2005 eles apareceram em nono lugar.

Dados do “Anuário do trabalhador: 2005” indicam ainda que a região Norte ocupa em torno de 22,6% de sua população em atividades de comércio e reparação, enquanto a região que mais se aproxima dela, a Centro-Oeste, alcança não mais que 18,9%. Esses números refletem o crescimento do auto-serviço no estado que passou de 600 para mais de 1,2 mil lojas entre 1996 e 2002, empregando em 2002 cerca de 16.800 funcionários.

A magnitude do setor supermercadista paraense também pode ser percebida quando comparamos o grau de concentração das empresas locais com os índices nacionais divulgados pela pesquisa Fundação Abras/Nielsen, de 2002. Se para a série dos cinco maiores supermercados nacionais a pesquisa apontava uma concentração de 39% do faturamento bruto nacional, no Pará esse índice alcançou o volume 78,5% do faturamento bruto estadual (SUPERHIPER PARA, 2002, p. 12), índice que se aproxima ao do mercado francês, onde as cinco maiores empresas detêm mais de 85% do faturamento anual. Regionalmente⁹ a *performance* dos supermercados paraenses é mais acentuada ainda.

No que diz respeito à sintonia com a modernização vivenciada pelas empresas em nível nacional, exceção feita à tendência à internacionalização ou até mesmo a nacionalização que envolve o processo de concentração do capital comercial no país, a qual por questões políticas não encontra repercussão local, os supermercados paraenses têm apresentado estreita correspondência com a dinâmica nacional.

O trabalho nos supermercados

O trabalho nos supermercados, apesar da complexidade apresentada por estas empresas capitalista, é entendido por nós como possuidor das mesmas qualidades do trabalho realizado no comércio em geral; nesse sentido, algumas características do trabalho no comércio precisam de imediato ser bem demarcadas para evitar desdobramentos imprecisos.

⁹ O Ranking da Abras trata economicamente junto às regiões geográficas Norte e Nordeste.

A primeira característica do trabalho no comércio a ser salientada é comum a todo trabalho realizado sob a lógica da valorização do capital, qual seja, ele é um trabalho assalariado.

A segunda característica do trabalho no comércio é a inexistência de processo de trabalho, ou seja, ausência de qualquer inteiração metabólica envolvendo homem e natureza, por meio da qual acontece a transformação de um valor de uso do objeto em outro, em cujo resultado “o trabalho está objetivado e o objeto trabalhado” (MARX, 1985, v. 1, p. 151).

Também não há no trabalho despendido nas atividades comerciais qualquer *processo de valorização* do capital¹⁰.

Deriva daí a terceira e mais controvertida característica atribuída por Marx ao trabalho situado no comércio, na esfera da circulação, a saber, sua improdutividade congênita. Trabalho produtivo e trabalho improdutivo esgotam todas as possíveis formas assumidas pelo trabalho subsumido ao capital e à sua lógica de valorização.

Pode-se deduzir logicamente, e com pouca probabilidade de erro, que a natureza do trabalho aparentemente imiscui-se com a especificidade da esfera na qual atua, ou seja, é produtivo quando integra a esfera da produção e improdutivo quando situado na circulação.

É claro que fora do mundo da abstração, na superfície aparente da realidade concreta, muitas das atividades de circulação encontram-se operantes na esfera da produção, assim como, *vis a vis*, muitas atividades produtivas se prolongam dentro da circulação.

Por exemplo, nos supermercados - estabelecimentos comerciais contidos na esfera de circulação e responsáveis em larga medida pela transformação de capital-mercadoria da indústria alimentícia e de muitas outras em capital-dinheiro – encontramos, além das clássicas atividades produtivas de transporte e armazenamento de mercadorias, outras atividades cuja modalidade de trabalho é tipicamente produtivo tais como panificação, retalhamento de carnes, peixes, fracionamento de frutas, frios e

¹⁰ Analisando o processo de produção capitalista Marx observa a diferença entre *processo de trabalho*, *processo de formação de valor* e *processo de valorização*. É que, enquanto aquele consistia num movimento qualitativo de trabalho útil, produtor de valores de uso, estes se apresentam apenas em seus aspectos quantitativos, relativos ao tempo de trabalho necessário para a efetivação dos produtos. Se no processo de produção o tempo de trabalho gasto somente repõe o valor da força-trabalho paga pelo capital, temos então um processo de formação de valor; porém, se o mesmo produzir excedente, temos então o processo de valorização. (1985, vol. 1 p. 161)

outros; essas atividades constituem processos metabólicos de transformação no valor de uso dos objetos de trabalho e por isso mesmo processos de valorização.

O Brasil em 2003 possuía uma População Economicamente Ativa (PEA) de 87.787.660¹¹, da qual 17,7 % encontravam-se no comércio, 23,9% no setor de serviços, 34,5% em atividades industriais de transformação, construção civil e outras indústrias. Nos supermercados, o percentual de ocupação no período de 1997 a 2004 ficou em torno de 12%, com maior oscilação positiva em 1998 (12,9%) e negativa em 2004 (11,1%), demonstrado razoável estabilidade.

Um traço marcante, tradicional, da ocupação nos supermercados, é a significativa presença de mulheres. Em 2005 sua participação encontrou a maior repercussão, ao superar a proporção média nacional, alcançando 44,5% dos postos de trabalho, enquanto os trabalhadores masculino alcançavam 55,5% , vide o “Anuário dos Trabalhadores: 2005”.

Sobre a remuneração, pode-se dizer sem disparate, que o arrocho salarial no comércio foi e é parte fundamental de sua reestruturação produtiva, e que o mesmo integra aquilo a que se chamou de modernização do setor e da economia nacional como um todo.

A organização do trabalho nos supermercados de Belém

Os supermercados, ao se constituírem como complexos estabelecimentos comerciais que nas últimas décadas incorporaram diversas atividades produtivas e de serviços, mais amplas que a tradicional venda de produtos refletem em sua forma de organização do trabalho, toda essa complexidade.

A organização do trabalho nos supermercados se ordena em torno de dois campos de atividades, as administrativas e as operacionais, subdividindo as operacionais em de produção e de atendimento ao público.

A circulação nos supermercados se estrutura a partir da divisão das mercadorias por seções. Estas seções podem ser claramente divididas entre as de produção e as de atendimento ao público.

As seções de carne, peixaria, padaria, restaurante e lanchonete compõem o setor onde predominam as funções de produção dos supermercados, nelas, além das

¹¹ Anuário dos Trabalhadores (2005, p. 102). Fonte dos dados IBGE, PNAD, elaborados pelo DIEESE. Não incluem a população da área rural de Rondônia, Acre, Roraima, Pará e Amapá.

atividades de atendimento ao público, ocorrem efetivos processos de produção e de valorização do capital, o trabalho aí realizado é produtivo e está sujeito a métodos de racionalização em sua organização.

Nas seções de mercearia, frutas e legumes, frios e laticínios, bazar, eletrodoméstico, confecções e *petshop*, predominam as atividades de circulação e por isso concentram a maioria das funções de atendimento ao público.

Na retaguarda do funcionamento destas seções encontram-se o trabalho de transporte, movimentação e armazenagem de mercadorias, além do trabalho de apoio e segurança. Essas atividades concentram mais de cinquenta funções nos grandes supermercados.

O setor administrativo é composto por um variado quadro de profissionais envolvendo advogados, contadores, médico do trabalho, farmacêutico, psicólogo, nutricionista, engenheiro de segurança do trabalho, analista de crédito, de compras, de finanças, de sistema, de pessoal, enfermeiro do trabalho, assistentes, auxiliares, encarregados, gerentes da empresa, técnico, supervisor e etc. em algumas empresas este setor chega a alcançar mais de sessenta funções.

As atividades nos supermercados quase sempre são realizadas por um único trabalhador, sendo dividida de maneira a racionalizar o processo de trabalho apenas nos setores produtivos dos estabelecimentos ou em setores da administração envolvendo atividades operacionais vinculadas às funções de processamento de dados.

Quando afirmamos que o trabalho nos supermercados é pouco fragmentado estamos tendo por base o número de tarefas reais em que cada atividade é dividida, e não o número de funções que compõem a organização do processo de circulação de mercadorias como um todo. Número de cargos presentes em grades de funções ativas dos supermercados que menos indica grande fragmentação e hierarquização do trabalho e mais reflete a grande quantidade de serviços e atividades que os eles concentradas.

Os efeitos das novas tecnologias no processo de organização do trabalho nos supermercados, ao que tudo indica, parece ter pouco influenciado na redefinição das atividades tipicamente comerciais, demonstrando o atavismo das atividades de trabalho vinculadas à circulação de mercadorias diante das mudanças promovidas pela reestruturação produtiva. No setor operacional deu-se à ampliação horizontal de algumas seções de vendas oriundas da incorporação de novos produtos de informática e outros produtos tecnológicos agora também disponíveis nos supermercados e no setor administrativo, o maior impacto da reestruturação produtiva ficou por conta da

introdução de tecnologias de informação e a assimilação da logística como estratégia de gerenciamento competitivo ocorrendo a criação de novas funções vinculadas tanto às atividades de controle quanto outras baseadas nas tecnologias de informação e processamento de dados. No que diz respeito ao atendimento ao público, funções de maior interesse para nossa pesquisa é evidente que o processo de automação comercial provocou mudanças de conteúdo de algumas atividades que estão diretamente vinculadas aos novos equipamentos introduzidos no trabalho tais como o das operadoras de *check-out*, o das balconistas que operam balanças interativas e o dos controladores de estoque. Nesse último caso é que se sustenta a percepção da mudança no perfil de qualificação demandado pelos empresários do setor e se buscam identificar as estratégias de formação dos trabalhadores adotadas pelos supermercados.

Demandas de qualificações: do modelo taylorista fordista ao pós-fordismo

No que diz respeito à questão das qualificações demandadas ao trabalhador para ingressar nas empresas, o modelo taylorista de gestão do trabalho as deduz das características dos postos de serviço ou das especificidades das funções, aproximando-se por essa via das características presentes tanto na fase do determinismo societal das qualificações quanto do determinismo da eficiência da produção do esquema de Forté (1992).

No esforço de realizar as codificações das qualidades necessárias ao posto/função e aos trabalhadores, nas fases de determinismo societal ou de eficiência da produção, há que se considerar a substancial contribuição desenvolvida pela ergonomia (DADOY, 2004, p. 112), a qual por meio de minuciosos estudos realizados sobre a natureza das tarefas mensurava o nível de complexidade das mesmas e assinalava a correspondente qualificação técnica desejada para sua execução, no modelo taylorista de qualificação.

Assim podemos dizer que o novo perfil de qualificação dos trabalhadores vinculados às atividades próprias da esfera da circulação de mercadorias demandado pelo setor supermercadista compõe-se: de habilidades *comportamentais* tais como aparência, comunicação, empatia, estabilidade emocional, sociabilidade, organização, cooperação; *atitudinais* como autonomia, comprometimento, disponibilidade, iniciativa, liderança, capacidade empreendedora, flexibilidade, persistência, liderança; *cognitivas* como atenção concentrada, atenção difusa, capacidade crítica, memória visual,

raciocínio lógico; *técnicas* tais como persuasão, negociação, expressão escrita, domínio básico de informática, controle de qualidade; e *físicas* como resistência à fadiga, condicionamento físico. Essas capacidades aparecem de maneira esparsa em depoimento de gerentes e na grade de habilidades por cargo apresentadas pelos supermercados e se materializam em duas estratégias formativas para o trabalhador desse setor do comércio.

A estratégia de formação profissional com base na educação básica formal

Se à primeira vista a estratégia de formação do trabalhador com base na educação básica formal, adotada pelos supermercados Líder, Nazaré e Formosa, parece um renitente apelo à permanência do modelo taylorista-fordista de formação e qualificação da mão-de-obra, considerando que este modelo se centrava na escolarização formal, na aquisição de saberes curricularizados e na obtenção do diploma como certificação das habilidades requeridas no mundo do trabalho, enganam-se os que assim pensam; se olharmos mais detidamente a questão, veremos que aí não há sentido de continuidade e sim de transição, vide que, no que diz respeito aos requisitos de escolarização, mudaram tanto as exigências de níveis solicitados pelas empresas como se modificaram as escolas nas quais essa mão-de-obra se qualifica.

A estratégia de formação com base na escolarização básica formal apresenta como principal vantagem às empresas que a adotam a externalização dos custos, dado o baixo volume de investimento direto das empresas que a adotam; em contrapartida, tem a desvantagem da pouca capacidade de administração dos processos de formação do trabalhador, tendo que se satisfazer com a qualidade do produto escolar no qual só muito limitadamente puderam determinar os rumos adotados.

A análise dessa estratégia implica antes de tudo focar no estudo nas reformas recentes promovidas na educação brasileira buscando identificar em seu âmbito o grau de pertinência existente entre o conteúdo das reformas e as respostas genéricas dirigidas às demandas organizadas pelo capital.

A atual exigência de uma formação geral baseada na escolarização básica formal apresentada pelos supermercados é um reflexo temporário do amplo apelo por dita formação surgido no setor industrial. Esta exigência de formação parece colocar-se como a proposta mais afinada com o atual discurso empresarial a respeito dos novos requisitos de qualificação que o trabalhador deve apresentar para torna-se empregável e

rentável em meio a uma realidade onde a velocidade com que a produção social se transforma e torna obsoletos processos e produtos impõem um altíssimo nível de concorrência, e manter-se competitivo significar tencionar todos os fatores envolvidos na lógica produtiva da organização a qual se está vinculado.

Neste novo contexto tecnológico, os empresários brasileiros passam a reclamar por mudanças na quantidade e na qualidade da educação dos trabalhadores designando a escolaridade básica como o nível desejável aos padrões de modernização da economia nacional. Nesse sentido é que a nova concepção de educação básica parece ter-se “refundado” e absorvido o ensino médio em sua composição assumindo claramente um caráter de formação geral para o trabalho.

Na perspectiva de formar um novo profissional, o novo ensino médio centra sua atuação pedagógica na capacidade de desenvolver habilidades, disposições, condutas e competências¹² de caráter geral no educando, entre as quais a capacidade de aprender é decisiva, introduzindo dessa forma uma lógica de adaptação permanente num mundo onde o efêmero tem se revelado como uma das principais forças indutoras da necessidade de polivalência produtiva.

A estratégia de formação do trabalhador em base a educação não-formal

Quando falamos de formação do trabalhador com base na educação não-formal, estamos nos referindo especificamente à política de treinamento desenvolvida pelas empresas para a constituição das qualidades operacionais e competências requeridas de seus trabalhadores para o bom andamento de suas atividades.

Enquanto modalidade não-formal, a educação básica profissional não está sujeita a nenhuma regulamentação curricular ou fixação de carga horária, e se destina prioritariamente “à qualificação e requalificação de trabalhadores independente de escolaridade prévia” (MEC, REHEM, BRANDÃO, 2002, p. 23).

No Brasil, dentro da rede de formação profissional de nível básico, a vanguarda na adoção do modelo de competência coube ao Serviço Nacional da Indústria (SENAI), refletindo a origem empresarial do referido modelo. O SENAI vem desde meados dos anos 1990 desenvolvendo experimentos de mudança em sua metodologia

¹² Zibas, apreciando a Resolução nº 3/98 que trata do currículo do ensino médio chama atenção para sua estrutura complexa e híbrida, fruto da política de cooptação desenvolvida junto aos educadores progressistas. Nela princípios que lhes são caros articulam-se a uma pedagogia das competências “a qual, como se sabe, prioriza a construção de um novo profissionalismo”. (2005, p. 1073).

tradicional de ensino, apoiada nas Séries Metódicas Ocupacionais (SMOs), indicando um movimento de superação de sua *atuação baseada nas tarefas* rumo à adoção do *agir com visão no processo* (MORAES, 2000, p. 87).

A educação profissional básica no contexto atual continua, como antes, a se organizar principalmente a partir das entidades vinculadas ao empresariado e a ter como finalidade responder funcionalmente às necessidades produtivas através dos treinamentos, modelo o qual identificamos ser o adotado pela rede Yamada de supermercados.

O treinamento surge como modalidade de formação profissional por excelência no alvorecer do capitalismo e coloca-se desde então como uma necessidade indispensável às realidades produtivas onde a divisão técnica fragmentou o processo de trabalho numa miríade de tarefas.

No modelo taylorista de Administração Científica, de abordagem próxima à engenharia, o propósito científico da gestão é modelar a produção visando alcançar determinadas metas dentro de estritos parâmetros de tempo e custo. Nesse modelo a idéia de treinamento dá um salto de qualidade.

No Manual do Aluno da Escola Nacional de Supermercados (ENS) do curso “Aperfeiçoamento Gerencial de Supermercados” lê-se que o “treinamento é um investimento feito pela organização visando retorno de qualidade e produtividade, aumentando a competitividade” (p. 39).

Essa concepção explicitada pelos empresários dos supermercados longe de apresentar qualquer originalidade mantém a tradição que se consolidou ao longo do tempo no campo da administração empresarial e que pode ser constatada no conteúdo da maioria dos conceitos de treinamento apresentada ao longo do tempo, apesar da profusão de formas conceituais que ele assume.

Treinamento e desenvolvimento no contexto da reestruturação produtiva tornam-se importantes trunfos, dado a grande flexibilidade que eles possuem, ainda mais quando a palavra de ordem relacionada à demanda de qualificação sintetiza-se na capacidade de adaptação.

Na visão da gerente do Yamada, “a educação escolar, assim como a maioria dos cursos feitos fora da empresa, deixa muito a desejar, já os treinamentos que são feitos na empresa e os cursos promovidos pela Aspas são bem melhores e o resultado é mais visível”.

Neste contexto e que a educação corporativa¹³, aquela desenvolvida no âmbito da empresa ou organizada a partir da representação de classe de um segmento do empresariado, voltada especificamente para responder as suas necessidades produtivas, ganha força e se ergue enquanto estratégia mais que viável na busca da melhor capacitação profissional de seus funcionários, realizando dessa maneira vantagens comparativas fundamentais para a empresa num momento de encarniçada competitividade no mercado capitalista.

A estratégia de formação adotada pelo supermercado Yamada se filia a essa tendência.

Considerações Finais

Os resultados alcançados com este estudo mais que encerrar um debate repisado, apontam para a necessidade de se avançar sobre aspectos ainda pouco aprofundados dessa realidade tais como o significado econômico da qualificação e da formação profissional dos trabalhadores na esfera da circulação, a aquilatação mais exata das diversas variáveis que as influenciam, o grau de eficiência de cada uma das estratégias adotadas para os fins objetivados pelos empresários.

Nesse sentido identificamos que a formação profissional dos trabalhadores dos supermercados não obedece a um padrão determinado, mesmo quando seguem o *cânon* da modernidade sobre a exigência de novas qualificações para os trabalhadores em geral se distinguem em distintas estratégias formativas, estratégias que ora priorizam a formação geral resultado da educação básica formal, ora priorizam políticas de treinamentos sustentadas apenas na escolarização fundamental dos trabalhadores. Vimos também que independente da estratégia adotada o foco das empresas, no que diz respeito à qualificação do trabalhador, está sempre voltada aos aspectos técnicos, comportamentais, atitudinais, visando a busca de produtividade e competitividade, longe ficando qualquer intenção relacionada com a busca de uma formação omnilateral do indivíduo.

Pelo que foi exposto, esperamos que os futuros trabalhos realizados nesse campo de investigação e com a mesma temática considerem os acertos e os erros impressos em nosso estudo na perspectiva de que a sedimentação do conhecimento

¹³ Junqueira e Viana (199..., p. 94) estimam a existência de mais de 2000 instituições “universidades cooperativas” só nos USA.

produzido se sustente em sólidos procedimentos críticos, guia da melhor conduta no sentido da construção de um conhecimento científico vigoroso.

Bibliografia

ANUÁRIO DOS TRABALHADORES 2005. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-econômico. 6ª ed. São Paulo, 2005.

BRAGA, M. **Aperfeiçoamento Gerencial de Supermercados**. São Paulo: ABRAS, 2003.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CHAUVEL, L. Classes e Gerações: A Insuficiência das Hipóteses da Teoria do Fim das Classes Sociais. **Revista Crítica Marxista**. Rio de Janeiro: Editora Revan. nº 15, 2002.

CHESNAIS, F. **A Mundialização do Capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

DADOY, M. As Noções de competência e competência à luz das transformações na gestão da mão-de-obra. TOMASI, A. (org). **Da qualificação a competência: pensando o século XXI**. Campinas: Papyrus, 2004. (Prática Pedagógica)

DIEESE. **A Reestruturação Produtiva no Comércio**. São Paulo: DIEESE, jan/fev, de 2000.

DUMÉNIL, G; JÉVY. Superação da Crise, Ameaças de Crise e Novo Capitalismo. In, CHESNAIS, F...[et al]. **Uma Nova Fase do Capitalismo?** São Paulo, Xamã: 2003.

JUNQUEIRA, L. Capital intelectual, gestão do conhecimento e universidade corporativa. BOOG, G. (org). **Manual de Treinamento e Desenvolvimento**. 3ª ed. [s.l.]. ABTD, 1999.

LOJKINE, J. **A Classe operária em mutações**. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990.

MANDEL, E. **Capitalismo Tardio**. 2ª ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985

MARX, K. **O Capital** (Crítica da economia política). 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. Livro 3, v. 5, 1981.

_____. **O Capital**. São Paulo: Nova Cultural. v 1,2,3,4,5, 1985.

_____. **Teoria da Mais-Valia**. História Crítica do pensamento Econômico. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, Livro 4, v. 1, 1980.

MORAES, C. Ações empresariais e formação profissional: Serviço Nacional de aprendizagem industrial. **São Paulo em Perspectiva**. São Paulo: [s.e.]. v. 14, nº 2, 2000.

PESQUISA ANUAL DE COMÉRCIO. 2002 a 2004. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/comercioservico> Acesso em: 24/01/2007.

REVISTA DA ABRAS. Superhiper. Ranking, maio, 2002.

ROSDOLSKY, R. **Gênese e Estrutura de O Capital de Karl Marx**. Rio de Janeiro, EDUERJ, Contraponto, 2001.

SESSO FILHO, U. A. **O Setor Supermercado no Brasil nos Anos 1990**. Piracicaba, 2003 (Tese de doutorado apresentada ao programa de pós-graduação da ESALQ da Universidade de São Paulo-USP).

ZIBBAS, D. Refundar o ensino médio? Alguns antecedentes e atuais desdobramentos das políticas dos anos de 1990. **Educação e Sociedade**. Campinas: CEDES, v. 26, nº 92, 2005.