

SOCIALIZAÇÃO, IDENTIDADE LABORAL E TRAJETÓRIAS: O OFÍCIO DOS VENDEDORES E VENDEDORAS DE ELETRÔNICOS DO POP CENTER EM PELOTAS-RS

NEIDIÂNE CARDOSO DA SILVA¹:

ORIENTADOR: PEDRO ALCIDES ROBERTT NIZ²

¹Universidade Federal de Pelotas- neidianecardoso89@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas-probertt21@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa se dirige ao estudo das relações e da organização do trabalho informal, à socialização, processo de construção de identidade “profissional” e das trajetórias de trabalhadores que atuam no Centro de comércio popular (POP CENTER), fixos no município de Pelotas-RS, localizados no bairro central do município. O foco estará nos vendedores e vendedoras de produtos tecnológicos (como celulares, carregadores, “ipods” e câmeras digitais). Nos últimos anos evidencia-se um aumento no número desses vendedores e vendedoras no comércio popular, com um papel de destaque para a venda de produtos eletrônicos. Ao que parece, já existe na cidade uma representação social a respeito desses locais, como venda de produtos baratos e acessíveis de diversos tipos, por serem ocupados por uma variedade de camelôs que comercializam desde objetos tecnológicos a roupas, artigos esportivos, objetos decorativos, entre outros. Propõe-se, portanto, pesquisar essa “profissão” informal no contexto do trabalho atípico urbano, dando ênfase a uma abordagem sociológica para nos valem da realidade social em que está exposta essa categoria laboral.

Pretende-se, a partir desta investigação, aprofundar o estudo de um campo ainda pouco pesquisado nas ciências sociais: as condições de trabalho atípico referente ao trabalho de vendedores e vendedoras de produtos eletrônicos nos centros de comércio populares. Pesquisas sobre este tipo de trabalho precarizado são escassas e geralmente abordam as condições socioeconômicas dos trabalhadores além de sua relação com o capitalismo no mundo globalizado e a organização social dessa forma atípica de trabalho. Um exemplo disso é a tese de doutorado “Camelô de tecnologia ou camelô global: novas formas de expansão do capital na rua” (DURÃES, 2011), em que o autor considera que o trabalho de venda informal de produtos tecnológicos possui uma amplitude global, visto que são ligados diretamente a fenômenos mundiais, e seguem padrões correntes do capitalismo.

Para abordar nosso objeto de estudo, nos valem da teoria da socialização e de construção de identidades de Claude Dubar. Segundo esse autor, “as identidades profissionais são maneiras socialmente reconhecidas para os indivíduos se identificarem uns com os outros, no campo de trabalho e do emprego” (DUBAR, 2006), ¹Levando-se em conta também que os trabalhadores em geral, e os que fazem parte de nosso objeto de estudo, em particular, estão inseridos em um contexto de globalização capaz de gerar múltiplas identidades (HARVEY, 2008), faz-

¹ Para Dubar (2005, p.136), “a identidade social não é senão o resultado por vezes estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estrutural, de diversos processos de socialização que, conjuntamente constroem os indivíduos e definem as instituições”.

se necessário pesquisar como ocorre a formação da identidade “profissional” do trabalhador que convive com seus vizinhos de loja e fornecedores de mercadorias, nem sempre lícitas, além de representantes de sindicatos e associações fiscais do Estado.

A forma identitária laboral convive, por um lado, com outras formas identitárias², como a de gênero, que tem origem na socialização familiar, incluindo, entre outros, valores estéticos, políticos e religiosos. Por outro lado, a construção de identidades também está relacionada a atributos institucionais, como escolaridade, formação, pertencimento a grupos sociais de referência. Assim cabe considerar, primeiramente, as formas de reconhecimento social relacionadas ao trabalho na ocupação de camelôs de produtos eletrônicos, geralmente negativas, visto que são formas atípicas de trabalho.

A socialização³ é o processo pelo qual um ser humano desenvolve suas maneiras de estar no mundo e de relacionar-se com as pessoas. No comércio popular uma das possíveis características que se dá desse processo seria de como os vendedores de eletrônicos se socializam uns com os outros durante o exercício do seu labor no comércio popular.

A identidade é o resultado de um processo de socialização e depende da trajetória de vida do indivíduo e da configuração social de cada momento de sua vida, sendo possível que esses trabalhadores tivessem outras ocupações anteriores antes de ingressarem no comércio popular.

Dentro do contexto geral exposto anteriormente a pergunta que se intenta responder nesse estudo é a seguinte: *Como as diversas formas de socialização e as suas trajetórias incidem na construção de determinadas “identidades profissionais” nas suas atividades no centro de comércio popular?*

O objetivo geral desse estudo é analisar sociologicamente a construção de uma identidade “profissional” dos vendedores e vendedoras de produtos eletrônicos no centro de comércio popular em Pelotas-RS, no contexto das formas de trabalho atípico urbano informal.

A partir dessas abordagens conceituais, pretendemos neste estudo explicitar as características do trabalho nas ocupações dos vendedores e vendedoras de eletrônicos que atuam no comércio popular, em um contexto de trabalho atípico urbano. Visamos caracterizar as características da organização do trabalho desses trabalhadores e como ocorrem os processos de interação social e localização espacial ocorridos na realização de atividades informais.

2. METODOLOGIA

Para proceder ao tratamento da pergunta problema proposta neste estudo pretende-se realizar uma pesquisa de cunho qualitativo com base no método de estudo de caso. O estudo de caso consiste em abordagem do particular que prioriza o caso único, em que a eficácia da particularização substitui a validade da

² Dubar (2005, p.323-324), “As formas identitárias resultam da articulação entre a transação objetiva e subjetiva, caracterizando estados de continuidade ou ruptura entre a identidade herdada e visada no âmbito subjetivo, e estados de reconhecimento e não reconhecimento social no âmbito objetivo, entre a identidade atribuída pelo outro e identidade incorporada para si”.

³ Para Dubar (2005, p.XV) “A socialização é, enfim, um processo de identificação, de construção de identidade, ou seja, de pertencimento e de relação. Socializar-se é assumir seu pertencimento a grupos (de pertencimento ou de referência), ou seja, assumir pessoalmente suas atitudes, a ponto de elas guiarem amplamente sua conduta sem que a própria pessoa se dê conta disso”.



generalização. (STAKE, 1995 apud QUARANTA, NEIMAN, 2006, P.219). Fazendo /assim uma análise empírica consistente sobre a realidade profissional e social desses trabalhadores atípicos urbanos. No plano conceitual utilizará da leitura e análise sistematizadas e documental de obras e artigos que tratam da relação e organização do trabalho informal, socialização e identidade. Com isso, espera-se conhecer as contribuições que se efetuaram acerca do tema, proporcionando uma discussão no cerne dessas perspectivas, resultando em um embasamento teórico para melhor análise na área de sociologia do trabalho. A realização da pesquisa qualitativa busca focar na subjetividade dos trabalhadores de comércio popular de Pelotas, buscando enfatizar as suas particularidades e trajetórias de vidas. E para somar o conjunto das atividades metodologias propostas nesse estudo pretende-se fazer uma “ perspectiva etnossociológica”, pois para (BERTUAX,2010, p.17) ⁴e um tipo de pesquisa empírica apoiada na pesquisa de campo e nos estudos de caso, que busca técnicas na tradição etnográfica, é na observação, onde constrói o objeto pela referência a problemáticas sociológicas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Tratando-se, ainda de um estudo de pesquisa em estágio inicial com conversas exploratórias, ainda não temos resultados consolidados. Apresentamos algumas possíveis interpretações, são elas: a) que alguns desses vendedores se reconhecem como verdadeiros empreendedores, por explorar seus próprios negócios, recorrendo à assistência técnica de eletrônicos nas bancas do mercado popular e por isso recorrem a cursos e aulas para aprimorar e desenvolver uma atividade empreendedora de venda de produtos de eletrônicos para aumentar e obter maiores lucros para seus negócios; b) que esses vendedores e vendedoras de eletrônicos construíram uma categoria social de identidade mediante a legitimidade de trabalharem num espaço público-privada, onde vivem de acordo com a dinâmica que opera no exercício de suas ocupações, surgindo assim denominações sociais frente à ocupação laboral exercida no comércio popular; c) que a construção da identidade ocorre num processo comunicativo complexo de negociação identitária. Por isso pode-se, a princípio afirmar que os atores sociais do mercado popular construíram a própria identidade “profissional” através de representações subjetivas de si mesmo mediante o exercício das suas atividades.

4. CONCLUSÕES

Um dos aspectos principais e conclusivos que podemos refletir sobre a teoria proposta por Claude Dubar e que para constituir uma identidade profissional e estruturá-la requer organização e o reforço de sentimento de pertencimento. Este sentimento só será mais reforçado quanto maior for à identidade coletiva de relacionamento entre os indivíduos, obtendo a sua participação em atividades coletivas formais e informais que lhe permitem obter uma representação social de si mesma referente ao seu grupo de trabalho em que faz parte.

⁴ Para (BERTUAX, 2010, p.27) “A utilização das narrativas de vida se mostra aqui particularmente eficaz, pois essa forma de coleta de dados empíricos se ajusta à formação das trajetórias, ela permite identificar por meio de que mecanismos e processos, os sujeitos chegaram a uma dada situação, como se esforçam para administrar essa situação e até mesmo para superá-la”.

Os estudos da sociologia funcionalista consideram que todas as atividades de trabalho poderiam se tornar “profissionais”, desde que resultassem de uma socialização que permitisse “a aquisição de competências e o reconhecimento (inclusive monetário) de todos os que exercem e compartilham uma mesma atividade” (DUBAR 2012, p. 351). Para se compreender o processo de construção da identidade “profissional”, é importante considerar a história de vida dos indivíduos. Pois segundo Dubar (2005, p. 150) “não se trata apenas de ‘escolha profissional’ ou de obtenção de diplomas, mas de construção pessoal de uma estratégia identitária que mobilize a imagem de si, a avaliação de suas capacidades e a realização de seus desejos”. Esses são os fundamentos de uma construção teórica sobre a identidade, que possibilita orientar a análise em situações diferentes do exercício ocupacional dessa categoria laboral.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

BERTUAX, D. **Narrativas de vida**: a pesquisa e seus métodos. Tradução Zuleide Alves Cardoso Cavalcante, Denise Maria Gurgel Lavallée; revisão científica Maria da Conceição Passeggi- Natal, RN: ED: UFRN, 2010.

DUBAR, C. **A socialização**. Construção das identidades sociais e profissionais São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. **A crise das identidades**. A interpretação de uma mutação. Porto: Afrontamento, 2006.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 17 ed. São Paulo: Loyola, 2008.

QUARANTA, Germán; NEIMAN, Guillermo. Los estudios de caso en la investigación b sociológica.In: GIALDINO, Irene V. (Org.). _____. **Estratégias de investigación cualitativa**. 1ª ed. Barcelona, 2006.

Artigo

DUBAR, C. A construção de si pela atividade de trabalho: a socialização profissional. In: **Cadernos de Pesquisa**, v.42, n.146, p.351-367, maio/ago, 2012. Acesso em: 10 nov. 2019.

Tese/Dissertação/Monografia

DURÃES, B J R. **“Camelô de Tecnologia “ou “Camelô Global”**: Novas formas de expansão do capital na rua. 2011. Tese (doutorado em Ciências Sociais) - Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).