

INTERAÇÕES EM SERVIÇOS: O GARÇOM EM BARES CAMPINENSES

Marina Lemes LANDEIRO; Jordão Horta NUNES¹

Palavras-chave: interação em serviços; cultura do trabalho; garçons; bares.

A terciarização constitui uma mudança no mundo do trabalho. Trata-se de um processo gradual que convergiu para o aumento das atividades de serviços (ALMEIDA, 2004). Os avanços tecnológicos da terceira revolução industrial e o desenvolvimento econômico propiciaram o descarte de boa parte da mão de obra do meio agropecuário e industrial que, devido à ampliação da produção e demandas, em parte foi acolhida pelo setor de serviços. Pochmann (2006) também pondera o aumento da média da expectativa de vida como outro aspecto que contribui para a concentração de trabalho em serviços.

O setor de serviços é caracterizado pela heterogeneidade (Cf. POCHMANN, 2006). Existem trabalhos modernos de alta tecnologia que emprega profissionais qualificados e autônomos e; segmentos tradicionais que demandam pouca qualificação e muitas vezes estão relacionados à precarização e/ou informalidade (ANTUNES, 2009). Neste sentido, as mudanças no mercado de trabalho atingem principalmente os menos favorecidos socialmente. Sob tais circunstâncias, trabalhadores menos qualificados acomodam-se em serviços que exigem pouco em termos qualificativos. São serviços desprivilegiados socialmente, de modo geral, são serviços pessoais, aqueles que atendem à demanda individual (MELLO, 1998).

As relações ocupacionais de serviços são identificadas por Goffman (1961) como um importante tipo de relacionamento entre pessoas da sociedade ocidental. O ideal de conduta adotado pelos trabalhadores é considerado um constituinte identitário do trabalhador. Goffman divide as atividades em que o trabalhador tem contato com o público ou não. As que exigem contato variam conforme o grau de apresentação nos serviços pessoais. Idealmente os serviços sociais referem-se a uma prestação especializada que exige comunicação pessoal direta entre servidor e servido e em que o servidor não esteja ligado a quem ele serve.

Almeida (2004) argumenta que os serviços relacionais são os que mais expandem. Na maior parte são serviços especializados, em que a competência técnica é respeitada. Mas serviços com menor grau de profissionalização também são requisitados, como serviços de restauração e balcão. Já os empregos em transporte, logística e comércio decrescem, bem como atividades bancárias e em

¹ Marina Landeiro é cientista social e aluna do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Goiás (inalandeiro@gmail.com) e Jordão Nunes é o orientador deste trabalho (jordao@fchf.ufg.br).

telecomunicação, visto que são serviços capazes de serem padronizados e mecanizados. A procura por serviços relacionais justifica-se, segundo Almeida, devido ao aumento de necessidades e desejos de cuidados, assistência, formação e lazer e também devido ao enfraquecimento de laços de solidariedade de familiares e vizinhos.

Sobre a perspectiva da crítica a racionalidade econômica Gorz denuncia a dinâmica de economia de tempo e o advento de atividades que antes não eram remuneradas para aumentar o tempo disponível daqueles que logram tal posição de conforto enquanto outros realizam atividades próprias a serviços. Gorz ainda admite que um serviço é requisitado não somente por sua utilidade econômica, mas por proporcionar prazer a uma pessoa em ser servida (2003)².

A atividade do garçom corre risco de perda identitária ocupacional e desvalorização, pois muitas vezes os serviços de alimentação são realizados em *não-lugares* (Cf. AUGÉ, 1994), locais onde não há incentivos para haver trocas identitárias, são locais de passagem (hotéis, shoppings, lojas de conveniência, aeroportos). Existem também os serviços de alimentação que são efetivados através de autoatendimento, descartando a necessidade do serviço. Em contraste a literatura crítica denuncia a “expropriação do trabalho emocional” (HOCHSCHILD, 1983), ou seja, a adoção impositiva de uma política de procedimentos gerencialmente incorporados, para omitir ou encorajar determinados sentimentos, tendo em vista a supremacia do cliente.

A intenção aqui é efetuar algumas considerações a respeito do serviço de garçons a partir da pesquisa de mestrado em andamento, realizada em bares-restaurantes de Campinas – SP. Buscou-se identificar interações entre garçons e clientes/consumidores e relacionar com o tipo de gestão e cultura do trabalho (BENSON, 1988) do bar. Em cada estabelecimento foram feitas quinze horas de observações sistemáticas, anotações em cadernos de campo e entrevistas com garçons e proprietários, totalizando quinze entrevistas.

Os bares foram escolhidos segundo critérios referentes às nuances e contradições no que tange aos modos de interação entre garçons e clientes/consumidores e, modos de gestão dos estabelecimentos. Para tanto foram considerados: cadernos especializados de gastronomia; acervos da hemeroteca da Biblioteca Municipal de Campinas e do Centro de Memória Unicamp; informações obtidas com moradores da cidade e conversas exploratórias com responsáveis dos

² Na modernidade, valorização social e condições sociais muitas vezes estão atreladas, o descompasso de ambos pode acarretar problemas no que tange ao reconhecimento, ou seja, as capacidades individuais avaliadas intersubjetivamente (Cf. HONNETH, 2003).

bares. O Quadro 1 demonstra a caracterização dos bares³ segundo o tipo de consumo predominante e o modo de gestão do bar, sendo que, consumo tradicional é definido pela predominância do atendimento personalizado e; consumo moderno pela predominância do atendimento impessoal. Já o modo de gestão tradicional é definido pelo engajamento pessoal e pela relativa autonomia do trabalhador e; a gestão moderna pela objetivação da eficiência e produtividade do serviço prestado.

Quadro 1 – Caracterização dos estabelecimentos

<i>BARES</i>	<i>TIPO DE CONSUMO</i>	<i>MODO DE GESTÃO</i>
Bom Bar	Tradicional	Tradicional
Balhego Imperial	Tradicional	Moderno
Gira Mundo Bar	Moderno	Tradicional
The Place's	Moderno	Moderno

A escolha do Bom Bar é justificada pela presença do proprietário no bar e pelo tempo considerável de serviço prestado pelos trabalhadores no estabelecimento. A trajetória do proprietário do bar, João, é ascendente, começou como empregado. É um patrão presente e prefere ele mesmo instruir os garçons, “se ele me falar não trabalhei em lugar nenhum então vem que eu ensino”. Quando indagado sobre qual deve ser a conduta dos garçons com clientes “enjoados”, ele responde de primeira: “esse aí a gente tira de letra, tira barato”. O garçom Vilmar ratifica a afirmação de João “você faz um pedido e como tem muita coisa acumulada dá uma demoradinha você fala que está vindo de Portugal ou fala que está vindo de jegue”. No Bom Bar o empregado é ensinado a ter autonomia e sua personalidade é valorizada, evidenciando o que denomino gestão tradicional. O bar também caracteriza o que se considera como consumo tradicional; além de funcionários antigos o bar logra a presença tanto de frequentadores esporádicos como de clientes fiéis. Vilmar declara sua relação com os clientes: “tem clientes super amigos, de marcar churrasco no fim de semana, tem uns que já é sócio da casa vem todos os dias, a gente já considera que faz parte da família”. O Bom Bar é um lugar de socialização, onde amigos se encontram por acaso, ou não, porque também acontece de pessoas ligarem no bar e saber quem está por lá. Outros têm o privilégio de ter uma conta no bar. As diferenças sociais também são coibidas por esse modo de gestão, os empregados usam os mesmos utensílios e usufruem dos mesmos alimentos que os frequentadores. Em contraste à tendência

³ Três dos bares escolhidos estão no mesmo bairro: o Cambuí, região antiga, nobre e concentradora de grande parte dos bares e restaurantes da cidade. Apenas o Balhego Imperial (os nomes utilizados para os bares são fictícios) é no Centro da cidade, no entanto fica próximo aos outros bares.

moderna de modo de gestão, a taxa de serviços (dez por cento do valor da conta) é dividida igualmente entre os trabalhadores.

O Balhego Imperial é um dos bares-restaurantes mais antigos da cidade. O Balhego se modernizou junto à cidade; filiais foram criadas e parte das demandas de consumo foi atendida. O Balhego tem uma estrutura mais complexa de funcionamento, o trabalho é mais especializado. A qualificação dos garçons é realizada por meio de cursos, palestras e cartilhas. O discurso da gerência afirma que a taxa de serviço é individual (dividida proporcionalmente conforme a venda dos garçons) para não deixá-los acomodados com o salário que recebem. É uma estratégia de motivação e eficiência, balizada por certa competição entre os trabalhadores; eventualmente o *ranking* de vendas é exibido. O garçom Abelardo defende a estratégia “porque aí vou batalhar para vender, agora global acomoda demais o pessoal, mesmo sendo individual às vezes acontece, distrai”. Essas características explicitam uma gestão moderna do trabalho. Contudo, o consumo no Balhego é tido como tradicional, além de clientes frequentes os funcionários são antigos (a cada cinco anos de casa recebem um broche para afixarem no uniforme, funciona como uma espécie de medalha). O garçom Gerson fala sobre as vontades dos clientes, “a maioria deles quer que você trata dando atenção a eles, como se ele tivesse o único e ninguém mais em volta dele, você conta piada pra ele e dá risadas, conversa com você e você dá atenção ao que ele está falando e às vezes uma palavra de apoio naquele momento, que ele vai gostar muito”.

O Gira Mundo existe há cinco anos; o proprietário, Jan, foi um garçom popular de Campinas no renomado The Place's e em outros estabelecimentos. O modo de gestão do lugar combina técnicas de eficiência no trabalho como a prática da taxa de serviço ser individual, mas se diferencia pela sociabilidade entre trabalhadores e gerentes e proprietários. O estabelecimento fideliza clientes mais através do *Club do Whisky* (compra de garrafas) e das apresentações de músicos ao vivo do que pelas relações estabelecidas no lugar.

O *The Place's* é um estabelecimento renomado de Campinas, possui duas filiais e está no mercado há uma década. O bar emprega profissionais especializados e o proprietário não é presente. A taxa de serviço é individual e gera descontentamentos. O garçom Israel declara que os colegas fazem “de João Bobo, de repente vende uma água na sua praça, a gente trabalha com venda, aí chega e fala ‘foi sem querer’, mas isso acaba te irritando”. Isso porque as comandas são eletrônicas e relacionadas ao garçom que emitiu o pedido. Estas estratégias visam aumentar a eficiência do estabelecimento e demarcam um modo de gestão entendido como moderno. Já o tipo de consumo desse estabelecimento é considerado moderno,

a gestão coíbe o contato com o público; cumprimentos e apertos de mão são proibidos. Os funcionários também não devem usar as mesmas vias de acesso ao bar que os clientes.

Os exemplos empíricos evidenciam a relação entre a cultura do trabalho de garçons e as práticas de consumo de consumidores e clientes de bares, que será analisada em profundidade na dissertação a ser elaborada com base na pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Paulo Pereira de. A servicialização do trabalho: Perspectivas e tendências. In: *Sociologia*, n. 44, Lisboa, p.83-107, jan. 2004.
- ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho: ensaios sobre a negação e afirmação do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 2009.
- AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.
- BENSON, Porter. *Counter Cultures: saleswomen, managers, and customers in American department stores, 1890 - 1940*. Chicago: University of Illinois Press, 1988.
- GOFFMAN, Erving. *Manicômios, prisões e conventos*. Perspectiva, 1961.
- GORZ, A. *Metamorfoses do trabalho: crítica da razão econômica*. São Paulo: Annablume, 2003.
- HOCHSCHILD, Arlie R. *The managed heart: commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California, 1983.
- HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: 34, 2003.
- MELO, Hildete Pereira de et alli. *O setor serviços no Brasil: uma visão global – 1985/95*. Rio de Janeiro: IPEA, março 1998.
- POCHMANN, Marcio. O trabalho em três tempos. In: *Ciência e Cultura*, ano 56, n.4, 2006, p. 29-31.