

O SENTIDO DO TRABALHO PARA GESTORES DE LOJAS NUM SHOPPING CENTER EM CARUARU-PE

Wagner Rocha Gomes¹

Elisabeth Cavalcante dos Santos²

1 INTRODUÇÃO

O trabalho no contexto urbano, capitalista e contemporâneo demanda reflexões sobre a sua constituição enquanto construtor de identidades e da dinâmica social. A sua centralidade, como parte integrante da vida do ser humano, é ponto de discussão entre diversos autores. Aborda-se o tema ora como forma de bem-estar social do cidadão, ora pondo em xeque sua forma de ser e de ter sentido para o indivíduo (Méda, 1996; Novick, 2000; Antunes, 2000; 2005; Nardi, 2006; Magalhães, Malaia & Viegas, 2011). Méda (1996) acrescenta que o desenho e a construção do trabalho, ao longo dos séculos, repousam na reflexão sobre a necessidade de sua existência e a forma que foi exposto ao longo da história.

¹ Mestre em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Administrador da Universidade Federal de Pernambuco. <http://lattes.cnpq.br/9484609934802714>. <https://orcid.org/0000-0001-6467-8572>. wagnergomes_73@yahoo.com.br. Endereço para correspondência: Universidade Federal de Pernambuco, Reitoria. Av. Professor Moraes Rego, 1235, Cidade universitária, Recife, PE, Brasil. CEP: 50670-901. Telefone: (55 81) 21268172, ramal 8172.

² Doutora em Administração pela Universidade Federal da Paraíba. Professora Adjunta da Universidade Federal de Pernambuco. <http://lattes.cnpq.br/4908041021886939>. <https://orcid.org/0000-0003-3133-7290>. elisabethcsantos@gmail.com.

Não obstante, nas discussões acerca dos processos formados dentro do modo de produção capitalista, o trabalho emerge como um meio pelo qual o indivíduo age e reage na sociedade em que está inserido. Esse modo de produção possibilita ao homem, ser cognitivo e social, construir saberes ao longo da sua existência, vivenciando seus comportamentos, atendendo sobremaneira suas necessidades e satisfações, mantendo o seu modo de viver e sua relação no meio social (Magalhães, Malaia & Viegas, 2011).

Por essa ótica, torna-se relevante discutir o sentido do trabalho uma vez que só é possível existir uma vida cheia de sentido fora do trabalho quando existe uma vida dotada de sentido dentro do trabalho. Assim, o que os indivíduos atribuem a esse sentido é composto pela utilidade para a organização e para a sociedade e está diretamente relacionado à ideia de finalidade e objetivo (Dejours, 1987; Antunes, 2000; Lancman & Snelwar, 2004). Sendo assim, na sociedade capitalista, o trabalho é imperativo e nela residem todas suas nuances. Emoções de prazer e sofrimento são experimentadas como faces de uma mesma moeda. Toda a atividade laboral apresenta essa dualidade.

Por outro lado, ao considerar contextos periféricos, historicamente tidos como atrasados em relação aos países ditos centrais ou de primeiro mundo (Alcadipani *et al*, 2012; Imas & Weston, 2012), observam-se dinâmicas diferenciadas relativas ao trabalho. Nestes contextos, o capitalismo se mescla com outras formas de organização, historicamente presentes nestes locais, sendo possível perceber um hibridismo entre elementos modernos e tradicionais (Sá, 2018; Canclini, 2013; Souza, 2000). Logo, acredita-se que os sentidos do trabalho nestes contextos periféricos podem assumir contornos específicos, diferentes dos contextos dos países centrais, base dos estudos convencionais sobre trabalho, no qual a modernização do mundo do trabalho aconteceu de forma ampla (Santos, 2016).

Nesse intuito, busca-se delinear o sentido do trabalho em um ambiente diferenciado: um *shopping center* localizado na região do Agreste pernambucano, historicamente tido como periférico, e que possui o hibridismo mencionado acima. Evidencia-se que algumas pesquisas tratam de consumo dentro desses estabelecimentos, tais como as realizadas por Meira (1998) e Lima (2008), mas poucas se voltam aos trabalhadores que desenvolvem suas atividades no interior deles. Além disso, poucos são os estudos que partem da premissa de que estes trabalhadores estão inseridos num contexto específico, que podem interferir na sua concepção sobre o trabalho, principalmente se este contexto for periférico.

Denomina-se *shopping center* (*shopping mall*, *magasins de nouveautés* ou centro comercial) um empreendimento de natureza originalmente varejista, no qual encontram-se agrupados, em um único imóvel, estabelecimentos comerciais, centralizados física e administrativamente. Os locatários de parcelas desse espaço, em geral, remuneram o(s) proprietário(s) do empreendimento em concordância com suas vendas e/ou contratos (Shopping Center, 1996).

Segundo a Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE, 2017, p. 3), atualmente, esses empreendimentos são entendidos como “mais do que um negócio imobiliário e um formato de varejo”, principalmente por valorizar o espaço do entorno, movimentar a economia local e gerar empregos. Desse modo, os *shopping centers* prometem ser cidades ideais, com o máximo de segurança e conforto, inclusive para o consumidor de baixa renda, que passa a ser foco da atenção desse tipo de empreendimento na atualidade (Varotto, 2018).

Na região do Agreste pernambucano, marcado pela atividade comercial realizada de modo informal em grandes feiras de rua, o *shopping center* desponta como um símbolo de modernidade, (característico dos países centrais ou de primeiro mundo) voltado para o conforto e luxo, nas quais compreender a percepção dos funcionários

sobre o trabalho representa um importante passo no estudo destas relações laborais singulares, em contextos híbridos.

Para a apreensão desse processo, este artigo aponta o seguinte problema de pesquisa: **qual a percepção do sentido do trabalho para os gerentes de lojas de *shopping centers* no contexto do Agreste de Pernambuco?** Com base nessa abordagem, o objetivo deste artigo é identificar o sentido do trabalho na percepção de gerentes de lojas nesse espaço, bem como os motivos de suas permanências dentro desse estabelecimento, considerando o contexto local.

Para confrontar empiricamente as reflexões teóricas, o centro comercial *Shopping Center* Difusora foi escolhido como *locus* para o desenvolvimento dessa investigação. Foram entrevistados sete funcionários que ocupam o cargo de gerência em lojas, nesse estabelecimento, na cidade de Caruaru-PE. A escolha do referido *shopping center* deve-se ao fato de estar localizado no centro da cidade e atrair um considerável fluxo de pessoas. Outrossim, a cidade de Caruaru, conforme se vê mais adiante, é caracterizada por ter crescido em torno de um comércio popular e de feira. Para apresentar esse recorte teórico-empírico, o artigo expõe os argumentos pertinentes ao conceito de trabalho e suas discussões atuais, bem como, o ambiente do objeto de estudo, os procedimentos metodológicos, a discussão dos resultados e as considerações finais que complementam essa pesquisa.

Cabe ressaltar que este artigo visa não somente a aplicação de uma compreensão teórica sobre sentidos do trabalho, mas uma problematização desse tema a partir da noção de que a localidade periférica na qual os trabalhadores estudados estão inseridos deve ser considerada. Isso porque a noção de trabalho e a compreensão do seu sentido são constituídas essencialmente pelo contexto visto como um elemento constituinte e fundamental do estudo sobre o trabalho, e não como algo que lhe é

externo; e porque os contextos periféricos possuem aspecto híbrido que é pouco discutido pelos estudiosos do sentido do trabalho.

TRABALHO E SUA CONSTRUÇÃO TEÓRICA

De acordo com o contexto histórico, econômico e social, o conceito de trabalho tem sofrido grandes modificações. Marx (1984) entende o trabalho como uma ação impulsionadora que é comum a todas as formas de vida social. Para ele, é uma atividade que tende a criar valores de uso, procurando atender às necessidades humanas úteis e necessárias. Marx separa o conceito geral de trabalho em dois planos. O primeiro plano é denominado de reino da necessidade. Compreende o que é necessário para a sobrevivência do indivíduo e corresponde à produção e reprodução material. Já o segundo – reino da liberdade – trata da práxis existencial que vai além da produção e reprodução material (D’Acri, 2003).

Enriquez (1999) aborda o trabalho de forma mais ampla, fazendo um corte longitudinal em seu conceito. O trabalho, segundo esse autor, não era visto como algo bom na Roma antiga, assim denominado de *tripalium* (instrumento de tortura). Ao longo da história, a sua definição foi sendo adequada às necessidades da sociedade vigente. Ora como algo saudável e desejado, ora como sofrimento e ultraje. Na sociedade contemporânea, tornou-se um meio de esforço coletivo do qual cada membro da espécie humana participa. Assim, observa-se que de forma convergente Marx (1984) e Enriquez (1999) delineiam o trabalho como um resultado das atividades do indivíduo, o que realmente o ser humano produz, visando ou não ganhos financeiros.

Insta esclarecer que os conceitos “mudam” de acordo com o contexto histórico, lente de análise, ideologia, perspectiva e até mesmo interesse. Para este artigo, a compreensão de Marx (1984), apesar de esclarecedora, não será a adotada, por buscar-se uma compreensão que nos permita ir além do contexto de trabalho formal e das

condições puramente materiais que o cercam. Assim, considera-se o trabalho na definição dos postulados de Morin “pode ser agradável ou desagradável, estar ou não associado a trocas de natureza econômica, podendo ser ou não executado dentro de uma organização” (Morin, 2001, p. 12).

Acredita-se que este ser ou não ser agradável relaciona-se diretamente à noção de sentido do trabalho, que é composto pela utilidade para a organização e para a sociedade, ou seja, está diretamente relacionado à ideia de finalidade e objetivo (Dejours, 1987; Antunes, 2000). Para Antunes (2000), o trabalho deve fazer sentido para o próprio sujeito que o executa, para seus pares e para a sociedade na qual está inserido.

Entretanto, antes de entender melhor do que se trata a noção de sentido do trabalho, se faz importante compreender o contexto do trabalho no Brasil, dado que este contexto nos ajuda a compreender os sentidos atribuídos pelos sujeitos. No âmbito nacional, as políticas brasileiras estabelecidas nos anos de 1990 geraram, dentre alguns aspectos, o limite ao direito individual do trabalho, a diminuição do poder sindical quanto à negociação coletiva, e a liberação do trabalho aos domingos (Véras de Oliveira, 2013). Nesse contexto, tais fatores contribuíram fundamentalmente para uma reação ao quadro de crise estabelecido: os jovens e velhos dependeram cada vez mais de atividades calcadas no trabalho precário, influenciando a apreensão da ideia gerencialista de dedicação integral às organizações, sob o risco da não inserção no mercado de trabalho (Baltar, Krein & Leone, 2009; Melo, 2011). Essa situação vivenciada no Brasil parece refletir um movimento presente também em outros contextos ocidentais, explicado por Harvey (1989) em termos da ascensão de uma lógica de acumulação flexível de capital, caracterizada pela alta flexibilização dos processos e mercados de trabalho, bem como dos produtos e dos padrões de consumo.

Importante destacar que o cenário apresentado promoveu a forçosa adaptação do trabalhador aos desmandos de um esgotamento do dinamismo da indústria nacional surgida após a abertura passiva do mercado interno às importações a partir da afirmação de uma política de privatizações e terceirizações, resultando no desenvolvimento de outros padrões produtivos e distributivos “fundamentados em uma maior especialização econômica, ditada exclusivamente pelo mercado e circunscrita aos grandes grupos econômicos nacionais e transnacionais aqui localizados” (Mattoso & Pochmann, 1998, p. 224).

Estas especificidades do contexto brasileiro estão relacionadas à sua posição em relação aos países centrais, vistos como desenvolvidos, ou de primeiro mundo. A fim de superar o atraso em relação a estes países, e se equiparar a eles em termos econômicos, padrões produtivos e distributivos de “primeiro mundo” são perseguidos, à revelia das condições sociais e históricas brasileiras.

É preciso estabelecer, já neste ponto da discussão, que a modernização no Brasil aconteceu de forma seletiva, dado que a lógica ocidental moderna foi assimilada juntamente a uma ordem patriarcal e escravagista já existente no contexto brasileiro (Souza, 2000). Dessa forma, as relações sociais estabelecidas no contexto brasileiro assumiram contornos específicos, tal como as relações de trabalho.

No Nordeste, isso se torna ainda mais evidente, dado o desenvolvimento da economia açucareira na região, e toda sua lógica social marcada pelo domínio dos senhores de engenho e subserviência dos seus empregados. Assim, uma modernização conservadora se deu neste contexto, o que também marca as relações de trabalho ali desenvolvidas. Elas assumem caráter híbrido, por serem modernas (orientadas a objetivos, desenvolvidas em ambientes formais etc.) e tradicionais (guiados por valores familiares, religiosos, emoções etc.) ao mesmo tempo (Freyre, 2004; Araújo, 2004;

Santos, 2016). Dessa forma, o sentido do trabalho recebe influência das diversas maneiras do contexto histórico e social no qual o trabalhador se insere.

O sentido do trabalho é definido como uma estrutura afetiva composta por três componentes: o significado, a orientação e a coerência (Hackman *et al.*, 1975; Morin, 2001; Piccinini *et al.*, 2005). O significado trata das representações que o sujeito tem de sua atividade, assim como o valor que lhe atribui. A orientação aborda a sua inclinação para o trabalho, o que ele busca e o que guia suas ações. A coerência refere-se à harmonia ou ao equilíbrio que ele espera de sua relação com o trabalho.

Segundo os autores, as pessoas encontram sentido no trabalho mediante fatores como a autonomia, reconhecimento, desenvolvimento e crescimento, o que, na maioria das vezes, as organizações não oferecem. Somam-se à discussão as três dimensões utilizadas por Morin, Tonelli e Pliopas (2003) para classificar o sentido do trabalho. A dimensão individual, na qual um trabalho com sentido pode ser identificado a partir dos valores morais do indivíduo, possibilitando valorização, desenvolvimento e crescimento. Ou seja, avalia-se em que medida o trabalho é prazeroso e a pessoa compreende seu objetivo, acreditando de fato naquilo que está sendo executado. A dimensão organizacional, na qual os aspectos citados dizem respeito à utilidade, organização do trabalho e relações interpessoais no seu ambiente. E, por fim, a dimensão social, na qual o trabalho que faz sentido deve contribuir e ser útil para a sociedade, podendo ser comparado com o aspecto de utilidade também presente na dimensão organizacional.

O trabalho, além de ter um caráter de julgamento utilitário, significa, para o trabalhador, a afirmação de sua identidade por meio das atribuições individuais inseridas por ele, na realização da tarefa (Dejours, 1987; Morin, 2001; Gaulejac, 2007). Além disso, o sentido e o significado do trabalho podem ser mais bem compreendidos ao se levar em conta o caráter mediador do trabalho (como atividade), atendendo a

uma função psicológica de situar a pessoa no mundo (Bendassolli & Gondim, 2014). Ao se conceber as relações entre esses conceitos dessa maneira, a compreensão articulada de sentido e significado do trabalho é um projeto a ser construído.

Além disso, o contexto social e cultural influencia a posição do trabalhador a respeito do tema. Diferentemente do contexto europeu, que embasa boa parte dos estudos convencionais sobre o trabalho, o contexto brasileiro e nordestino nunca teve uma metanarrativa pública que justificasse o trabalho, que parece ter sido justificado, boa parte das vezes, em termos subjetivos de realização pessoal, de vinculação a formações tradicionais, mas também em termos das investidas modernizantes, o que leva a sentidos do trabalho fragmentados (Santos & Helal, 2016). É o que aponta estudo sobre os feirantes que atuam na região do Agreste pernambucano, desenvolvido por Sá (2018), segundo o qual, apesar de as investidas modernas para transformar a feira da “sulanca” (como é conhecida na região) em polo de confecções, e consequentemente, o feirante em empreendedor, existem resistências em função da vinculação de grande parte desses feirantes a uma lógica informal.

Historicamente, entre os séculos XVII e XVIII, a fonte de renda dessa região foi associada à plantação de algodão, à criação de gado e à cultura de subsistência, esta última influenciada pelas relações de parcerias entre produtores e donos de terra e estruturas de poder entre latifúndios e minifúndios (Xavier, 2006). Hoje, a região é marcada pela economia de comércio voltada para a confecção de roupas. Tal atividade surgiu com maior intensidade na cidade de Santa Cruz do Capibaribe a partir dos anos de 1960, fruto de alguns motivos, dentre eles: o declínio da agricultura; a consequente migração do campo para as cidades; o crescimento de atividades terciárias; o maior uso de retalhos de “helanca” (espécie de fibra sintética), etc. Dessa forma, o ramo de confecção foi se expandindo até adquirir os padrões atuais de arranjo produtivo, atuando como gerador de emprego e renda da população do Agreste (Xavier, 2006; Andrade, 2008; Nascimento & Ferraz, 2013).

Especialmente as feiras (da sulanca, de gado, de artesanato, e outras) marcam a economia de comércio da região. Existentes desde o século XVII no Agreste pernambucano, as feiras eram o espaço onde a população se reunia em torno de suas necessidades de organização política, social e econômica (Xavier, 2006). Hoje, pessoas de vários lugares do país se dirigem a essas feiras, em especial as que acontecem na cidade de Caruaru (Cardoso, 1965; Sales, 1982; Sá 2011; 2013; 2018; 2016; 2019), mantendo a tradição econômica com foco no comércio.

Resquícios históricos do poder exercido por grandes latifundiários na região existem ainda hoje, uma vez que é comum observar que o sobrenome de algumas famílias ricas e detentoras de terras ainda possuem certo *status*. Esta herança advém, sobretudo, de uma modernização conservadora que se deu em grande parte do Nordeste brasileiro, no qual estruturas de poder oligárquicas e patriarcais se mantiveram mesmo com a modernização da região (Araújo, 2004).

De acordo com Sá (2013, p. 113), nas últimas décadas, a região vem apresentando mudanças no modo como seus habitantes vivem e trabalham em decorrência de uma nova ordem mundial, que “desloca para a periferia do sistema um aparato produtivo que durante certo tempo foi principalmente inerente à ideia de centro-urbano-capital”. Mudanças dessa natureza estariam convergindo para a dinâmica comentada por Vêras de Oliveira (2013), segundo o qual tanto elementos modernizantes-formais quanto tradicionais e informais passam a coexistir, configurando o eixo de produção e venda têxtil do Agreste.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013) também destaca uma “modernização truncada” nessa região, dado que, se por um lado, mudanças visíveis vêm acontecendo como a incorporação de novas tecnologias e o aumento da qualidade do produto vendido (saias, blusas, calças), por outro, a “antiquada forma de administrar os negócios” prevalece, pouco diferindo do quadro de

dez anos atrás, assim como o “uso limitado e ineficiente do crédito”. Esta forma antiquada de administrar os negócios mencionada pelo relatório, relaciona-se principalmente à informalidade – em grande medida porque permite aos microempresários pagarem poucos impostos, direitos e obrigações trabalhistas – e à baixa qualificação da mão de obra (SEBRAE, 2013; Santos, 2016; Santos & Helal, 2018). Sá (2019, p. 369) resume bem a situação recente da região do Agreste, onde se insere a cidade de Caruaru, resgatando elementos postos anteriormente. Segundo ele:

(a) a trajetória das últimas décadas da microrregião se constitui por meio de um processo de modernização truncada, com diversas dinâmicas características das margens do capitalismo contemporâneo que, numa perspectiva relacional, pode ser visto como um processo periférico; (b) é marcante as coexistências e associações às ideias de “moderno”, “tradicional” e hibridismos ainda hoje; (c) o tipo de “conhecimento” mais valorizado era (e ainda é) o que pode ser associado à ideia de “capital social”(Bourdieu), ou seja, conhecer pessoas e poder recorrer a elas quando necessário (é comum que a expressão “fulano tem conhecimento” seja usada nesse sentido, falar em “conhecimento científico” ainda não têm, localmente, significado e valoração razoavelmente definidos); (d) as relações sociais se apresentam com fortes traços de pessoalismo, patriarcalismo e informalidade, com pouca observância e reconhecimento de instâncias e relacionamentos institucionais.

Apresentadas estas questões, os sentidos do trabalho construídos pelos indivíduos são diretamente afetados pela realidade social na qual eles se inserem, mesmo que o trabalho seja desenvolvido numa organização que segue um modelo global de trabalho. A seguir, apresentamos os procedimentos metodológicos empregados nessa pesquisa.

PERCURSO METODOLÓGICO

As concepções metodológicas que nortearam esse estudo são de natureza exploratória-qualitativa. Toma-se como referência para essa orientação as proposições de Godoy (1995) que estabelece como intuito do estudo exploratório-qualitativo compreender aspectos particulares da realidade humana e sociocultural por meio de experiências, valores e significados, de modo a lançar um olhar mais subjetivo sobre os processos dinâmicos experimentados por esse grupo social com vistas a possibilitar ao pesquisador a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos. Nesse contexto, mostra-se essencial a aproximação do pesquisador com o espaço a ser pesquisado, o que se detalha a seguir.

O contexto estudado

Como dito anteriormente, a cidade de Caruaru é uma das mais representativas da região estudada, e por isso foi escolhida para a realização dessa pesquisa. Localizada na mesorregião do Agreste pernambucano, microrregião Vale do Ipojuca, a cidade conta com uma área total de 920,610 km² e uma população estimada de 361.118 habitantes para o ano de 2019, sendo o município mais populoso do interior de Pernambuco, e o terceiro mais populoso do estado, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Junto às cidades de Santa Cruz e Toritama, possuem crescimento comparativo percentual maior que Pernambuco, Nordeste ou Brasil, e são as principais cidades do chamado “aglomerado têxtil” (Sá, 2016), também conhecido como Pólo de Confecções do Agreste, ou “Agreste das Confecções” (Sá, 2018).

Nessa cidade, marcada pela atividade comercial e pelas feiras, os *shoppings centers* trazem consigo uma dimensão social, estética e física diferenciadas, com uma proposta menos artesanal e mais adaptada às crescentes industrializações das cidades capitalistas (Pitt & Musa, 2009; Dupont, 2011; Yu, Cho & Kim, 2012).

No Brasil, a implantação dos *shopping centers* inicia nos anos 1960, seguindo o padrão norte-americano: “é a referência estrangeira como imagem de inovação” (Shopping Center, 1996; Padilha, 2003, p. 91). Tipicamente, um *shopping center* pequeno tem, em média, 90 lojas, o médio 150 e o grande acima de 270 lojas. Em geral, somente cidades com mais de 600 mil habitantes têm mais de um *shopping center* (média de 2,6), entretanto, Caruaru, com seus 314.000 habitantes aproximadamente, mostra o quanto esses estabelecimentos estão se espalhando em cidades de menor porte. Do ponto de vista geográfico, os *shopping centers* estão se interiorizando (Varotto, 2018) e, com as novas inaugurações, chegam a outras cidades, todas com população abaixo de 600 mil habitantes.

Para essa pesquisa, o *locus* estudado foi o *Shopping Difusora*, que abriga 110 lojas dos mais variados ramos, incluindo teatro e cinemas, sendo o segundo do gênero construído na cidade, classificado como de pequeno porte.

Operacionalização da pesquisa

Para obtenção dos dados utilizou-se como técnica de coleta as entrevistas semiestruturadas. As entrevistas foram gravadas com a permissão dos entrevistados e, em seguida, transcritas. Boni e Quaresma (2005) destacam que a entrevista semiestruturada combina perguntas abertas e fechadas, situação em que o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. Para tal, as perguntas versaram sobre a trajetória de vida pessoal e profissional dos entrevistados; qual o sentido do trabalho para eles; como eram suas rotinas de trabalho; como eles identificavam a atuação gerencial nas lojas; se percebiam diferenças entre trabalhar em *shopping centers* e em outros ambientes organizacionais; e as suas expectativas e planos com relação ao seu trabalho. Importante destacar que tais perguntas visaram compreender o sentido, a orientação (nas perguntas sobre trajetória de vida e planos), e a coerência (nas perguntas sobre rotinas de trabalho e expectativas) percebida pelos

trabalhadores sobre o trabalho desempenhado, seguindo a perspectiva de Morin, Tonelli e Pliopas (2003).

Tal roteiro de entrevistas norteadoras foi sendo adaptado ao longo das entrevistas com o objetivo de atender a questão de pesquisa. Foram realizadas sete entrevistas com gerentes das principais lojas situadas no *Shopping Difusora*, no período de maio a julho de 2013. A seleção dos entrevistados foi realizada por meio de conveniência, de acordo com a disponibilidade dos gestores em participarem da entrevista, sendo sua duração de uma hora e meia, aproximadamente. Todas as entrevistas foram realizadas no local de trabalho e no horário de expediente. Como esta pesquisa é de natureza qualitativa, ressalta-se que o estudo centrou-se no aprofundamento da análise das falas capturadas pelas técnicas empregadas em detrimento da quantidade de entrevistados e ocorrências. A maioria dos entrevistados estava na faixa etária entre 23 e 32 anos, do gênero masculino, casado, com o ensino médio completo e mais de 4 anos no cargo, conforme o Quadro 1 logo abaixo.

Quadro 1

Perfil dos entrevistados

Sujeito	Idade	Sexo	Tempo no cargo	Ramo	Grau de instrução	Estado civil
1	23	Masculino	Três meses	Loja de roupas	Médio Completo	Solteiro
2	23	Masculino	Quatro meses- Há seis em outras lojas	Fast-food	Superior incompleto	Casado
3	27	Feminino	Sete anos	Loja de roupas	Superior completo	Casada
4	32	Masculino	Oito anos	Sapataria	Médio completo	Casado
5	30	Feminino	Quatro anos	Loja de informática	Superior completo	Casada
6	31	Masculino	Seis anos	Sapataria	Médio completo	Solteiro
7	Mais de 60	Feminino	Cinco anos	Loja de artigos e presentes	Médio completo	Casada

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Após as entrevistas e transcrições, emergiram das falas dos pesquisados as seguintes categorias, determinadas a posteriori: **horários de trabalho extenuantes, infraestrutura, público, trabalho e centralidade, empowerment, e busca de melhores condições de trabalho em cidades maiores.** Essas categorias permaneceram consoantes a questão de pesquisa e aos objetivos do presente estudo. Como técnica de análise, utilizou-se a análise de conteúdo, fundamentada nos pressupostos de Rocha e Deusdará (2005). Dessa forma, pautadas nesta técnica, as análises das falas procuraram explicitar o que os entrevistados selecionados sentiram em relação aos seus trabalhos no contexto em que estão inseridos. A seguir, apresentar-se-á a discussão dos achados da pesquisa.

ACHADOS DE CAMPO

Nessa seção apresentaremos os achados que permitirão análises pertinentes ao tema central do estudo.

Horários de trabalho extenuantes?

O horário foi uma categoria surgida das falas da maioria dos entrevistados. Os sujeitos relataram uma dificuldade no que concerne aos horários, embora, em muitas ocasiões, declararam-se adaptados a eles. Adaptação questionável como já postulam Baltar, Krein e Leone (2009) e Vêras de Oliveira (2013), uma vez que, para os trabalhadores, em muitas situações não há opção de escolha, e eles se veem obrigados a uma adaptação ao horário imposto.

Em um primeiro momento, como já mencionado, eles parecem estar adaptados aos horários, mas, durante a entrevista, a prática exposta parecia não condizer com o discurso proferido. Muitos preferem estar em horários consoantes às suas vidas

particulares ou interesses pessoais, como uma permanência maior com a família ou um início de um curso superior, como citado pelo sujeito 6:

Desde que eu comecei no *shopping* a gente sempre procura trabalhar no centro [...] pra estudar também que eu pretendo continuar uma faculdade. Então as pessoas que trabalham aqui estão sabendo que eu procuro estudar.

Esta fala revela o desejo do funcionário em alterar seu local de trabalho para o centro, haja vista a disponibilidade de desenvolver suas atividades em horário mais adequado às suas expectativas. No contexto do Agreste pernambucano, "trabalhar no centro" significa trabalhar em horário comercial (entre 8 e 18h, com duas horas disponíveis para almoço, de segunda até a manhã do sábado, seguindo recomendações da Associação comercial da cidade, que define, dentre outras coisas, a adesão ou não a feriados). É o horário comercial que dita a dinâmica do centro da cidade, e que define também a dinâmica de vida das pessoas que ali trabalham.

Nas próximas falas, percebe-se a mesma questão sob outras perspectivas.

Trabalho às vezes 12 horas diárias e não gerencio só uma loja [...] as pessoas acham desvantagem por conta do horário, que é de domingo a domingo. Eu me dedico bastante ao trabalho, gosto do que eu faço, meu dia-a-dia é corrido, mas eu gosto. (Sujeito 1)

Essa diferença de horários em relação às outras empresas eu não sei como te falar. Por eles pagarem um valor razoável, eles cobram mais. Eu cheguei a me separar da minha esposa duas vezes quando trabalhava lá (na outra empresa com horário maior). Tava mais tempo no trabalho. Cheguei a trabalhar 12 horas por dia. (Sujeito 2)

Trabalhar no *shopping* é complicado. A diferença é muito grande. Quando a gente trabalha no centro, a gente se programa para um fim-de-semana, uma

viagem [...] no shopping, não [...]. Quem trabalha no *shopping* tem que ter coragem. (Sujeito 4)

Na questão do sábado, domingo, feriado, que algumas pessoas não gostam. Às vezes você quer viajar e não pode, mas enfim... (Sujeito 5)

A questão do *shopping* é que ele te prende mais um pouco, te deixa um pouco mais comprometido com sua função pela questão dos fins-de-semana. (Sujeito 6)

O que as falas permitem inferir é uma relação “horário-qualidade de vida”, embora dois dos entrevistados percebam que as atividades desenvolvidas dentro do *shopping center* não dificultam as suas vidas fora daquele âmbito (Sujeito 1 e 6). Para o perfil desses dois entrevistados, a condição dos seus estados civis (solteiros) possivelmente influencie nas suas respostas.

Dessa forma, parece haver, para alguns trabalhadores, uma associação entre boa qualidade de vida (que envolve elementos como aproveitar o fim de semana, viajar etc.) e o “horário do centro”. Já o horário de trabalho do shopping não permite essa qualidade, trazendo, inclusive, danos pessoais como problemas conjugais.

Outro aspecto a ser destacado é a dedicação ao trabalho. Esse termo, verbalizado por meio da palavra “compromisso” (sujeito 6) e “coragem” (sujeito 4) reflete o resultado dos sujeitos estarem vinculados a esse tipo de estabelecimento com todas as nuances que apresenta. O vínculo de dedicação e de flexibilidade do trabalhador só reforça a ideia de o indivíduo estar apto ao desempenho a qualquer momento, estar a postos para trabalhar em qualquer circunstância, acima da família e interesses pessoais (Dejours, 1987; Morin, 2001; Abramides & Cabral, 2005; Gaulejac, 2007).

Antunes (2006, 2009), discute esses aspectos mencionados. O autor considera que as condições de dedicação, nas quais os trabalhadores se encontram na sociedade contemporânea, reafirmam a intenção das organizações em vinculá-los aos seus objetivos. Termos como “colaboradores”, “associados”, dentre outros, procuram compensar as horas de compromisso e coragem em assumir responsabilidades, dando a falsa ideia de que os indivíduos fazem parte da organização e estão inseridos no seu futuro.

Este aspecto de dedicação e doação ao trabalho sempre estiveram presentes nos trabalhos desenvolvidos pelos feirantes e comerciantes da região do Agreste pernambucano. Seus negócios, por serem muitas vezes familiares, como demonstra Sá (2011), atrelam o âmbito pessoal e do trabalho. Neste sentido, parece haver uma aproximação entre a exigência feita aos trabalhadores do *shopping center*, relativa a flexibilidade e dedicação excessiva, e a realidade dos trabalhadores do Agreste de Pernambuco, que por serem, muitas vezes, feirantes ou donos de pequenos negócios familiares, necessitam se dedicar sobremaneira ao trabalho. A diferença notável entre a dedicação do trabalhador do *shopping center*, e a dedicação do “feirante”, é que este último se dedica a seu próprio negócio, envolvendo muitas vezes a própria família no empreendimento, investindo a si mesmo (Sá, 2018). O que não acontece no *shopping center*.

Na sequência, a estrutura do *shopping center* e sua influência no sentido do trabalho para os sujeitos serão analisados.

Infraestrutura – *shopping centers* delineando o trabalho

Certamente os *shopping centers* procuram substituir as cidades em sua infraestrutura, senão por completo, pelo menos em vários aspectos (Soares, 2000; Padilha, 2003). A ideia de políticas públicas falhas em contraponto ao mercado, que se encontra

atualmente consubstanciado no capitalismo, já foi abordado por diversos autores, dentre eles Paes de Paula (2005) e Prado Júnior (2008) e aqui toma assento no que concerne à infraestrutura desses estabelecimentos, nos quais se procura estabelecer todo um aparato aos cidadãos-clientes: calçadas bem estruturadas, iluminação adequada, equipamentos sanitários suficientes e, sobretudo, segurança em todos os espaços. Os entrevistados confirmam empiricamente os temas acima citados:[...] é mais elegante, é mais gostoso (Sujeito 5).

A estrutura da calçada do centro, disso, daquilo não permite que as pessoas andem [...] aqui tem banheiro limpo, papel higiênico, detergente pra lavar as mãos. E no comércio? Na rua? Você não encontra isso. Tudo sujo! Por isso que aqui tem bebezinho [...] tem fraldário. Eu digo porque eu trabalhei nos dois e sei a realidade dos dois lugares. Eu não sou dona de *shopping* não! [Risos]. Eu digo porque estou aqui dentro e sei a realidade dos dois lugares. Estou aqui há três anos e não trocaria de jeito nenhum. [...]. É muito melhor! Muito [com ênfase]! *Shopping* hoje é uma realidade. Aqui no *shopping* você não vê cadeirantes com dificuldades, idosos que não conseguem caminhar. No comércio tem buracos nas calçadas, tem chuva, é ao ar livre. Aqui não! (Sujeito7)

Eu prefiro dez mil vezes trabalhar no *shopping* do que no comércio. É diferenciado, é climatizado, é confortável, lugar bonito. (Sujeito 1)

A gente trabalha com segurança, a gente tem climatização, o público é (pausa) outro público, assim, o tipo de pessoas, são mais selecionadas. Mais agradável do que trabalhar, se você for comparar com o centro [da cidade]. (Sujeito 3)

Interessante observar como os entrevistados se referem ao espaço do centro da cidade de Caruaru: Sujo, esburacado, não confortável, não bonito. Benjamin (1991), Soares (2000) e Padilha (2003) já abordavam a questão da elegância e luxo dos *shopping centers*, características que procuram dar uma ideia de que, nesses estabelecimentos, é

permitido aos indivíduos o passeio com trajes mais elegantes. De um ponto de vista sociocultural, a sensação de introversão/isolamento (da luz natural, de intempéries e de ruídos, por exemplo) e de segurança são atrativos adicionais para aqueles que optam por frequentar os *shopping centers*. Por outro lado, a ideia da segurança não é mencionada nos *shopping centers* dos países onde eles se estabeleceram inicialmente como nos Estados Unidos e nos demais países da Europa, dentre eles Inglaterra e Alemanha (Padilha, 2003).

Dessa forma, no Brasil, com o aspecto da falta de segurança vigente, esse ponto é supervalorizado e até apontado como vantagem pelos donos desses estabelecimentos. Ademais, em decorrência do caos urbano e da violência generalizada, essa orientação torna-se inescapável, segundo Meira (1998) e Lima (2008). Apesar disso, no Brasil, há uma tendência desse aspecto não se vincular, ao longo do tempo, a esses estabelecimentos, já que os assaltos e a violência parecem fazer parte até mesmo do dia a dia dos *shopping centers*³.

Embora o aspecto da segurança ainda possa se tornar maleável nos *shopping centers*, a ideia de encontro nas ruas, outrora fato cotidiano das famílias em geral, passa a ser realizado dentro desses lugares, sem reservas, “ressemantizando” espacialmente o convívio dos cidadãos. Sem segurança nas ruas, voltam-se os encontros para os espaços que lembrem uma casa, que proporcionem segurança, conforto e estilo de vida apropriados para o público um pouco mais exigente (Rossari, 1992; Soares, 2000; Damatta, 2003). Para Padilha (2003) há intenção de criar todas as qualidades de uma cidade bem estruturada, como já mencionado. Essas características, peculiares nesses ambientes, possivelmente trazem um público com outro perfil, com outra visão ou estilo de vida, conforme a ser analisado na próxima categoria.

³ Conforme dados vinculados em reportagens na internet, esses estabelecimentos tornaram-se alvos constantes de assaltos e roubos. Vide: <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2013/07/policia-paulista-busca-quadrilha-especializada-em-assaltar-shoppings.html>; <http://www.abseg.com.br/abseg2/index.php/noticias/624-shopping-na-zona-sul-de-sp-e-assaltado-pela-terceira-vez-em-dois-meses.html>. Acesso em 03 ago. 2013.

Público

O perfil de frequentadores desses ambientes citado pelos entrevistados, retoma as origens dos *shopping centers*. O público vai a esses lugares com mais de uma intenção: não apenas de compra ou acesso aos bens e serviços, mas para encontros marcados, passeios furtivos e descompromissados. Há diferença dos clientes dos centros das cidades, conforme citaram os sujeitos. O primeiro público, possivelmente mais instruído, mais calmo, mais paciente. O segundo, menos intencionado em diversão, menos propenso às informações que não sejam as compras.

Percebe-se que no Brasil, embora alguns desses *shopping centers* fiquem localizados nos centros das cidades, muitos outros procuram se estabelecer em bairros mais sofisticados ou em lugares afastados dos centros, imprimindo, no imaginário dos cidadãos, que tais lugares (os centros) não propiciam as características pertinentes aos *shopping centers*. Nesse âmbito, mais uma vez, todas essas qualidades indicam o público frequentador ressaltado nas falas.

O público do shopping é totalmente elitizado [...] o shopping por ser mais sofisticado, climatizado, ele se torna mais elitizado do que o comércio. (Sujeito 1)

O público do shopping é um público diferenciado que a gente tem, então se torna melhor de conviver, de se atender, de se falar. (Sujeito 5)

Nos estudos de Soares (2000) e Padilha (2003), os fraldários se apresentam como lugares de retenção ou de atração das famílias. Os primeiros passeios de bebês são vivenciados, muitas vezes, nesses espaços: "Interessante observar também que o *shopping center* tem sido um dos lugares a serem visitados por bebês, quando eles começam a sair de casa" (Padilha, 2003, p. 25). Não por acaso, esses estabelecimentos

proporcionam esse conforto, conforme se observa na fala a seguir: Você vê bebê de 2 meses, senhoras de 80, 90, 100 anos, jovens. No centro não é assim (Sujeito 7).

Neste sentido, é interessante fazer uma reflexão sobre como estes achados dialogam com a formação histórica e social de Caruaru e do Agreste de Pernambuco. Uma divisão clara se evidencia nas falas dos entrevistados: De um lado pessoas com poder aquisitivo e disposições (modo de se vestir, de andar, de se portar) que ocupam o espaço do *shopping center* de forma mais intensa. Do outro, aqueles que possuem menor poder aquisitivo, e são vistos pelos entrevistados como menos pacientes, menos gentis e difíceis de se relacionar. Neste sentido, parece haver uma manutenção de abismos sociais, que definem quem são aqueles que frequentam o *shopping center* e quem não. No Agreste, a modernização (representada pelo *shopping center*, nesta pesquisa), é conservadora e seletiva (conforme aponta Araújo (2004)), uma vez que não é acessível a todos da mesma forma.

A seguir, os entrevistados destacam a importância do trabalho na contemporaneidade.

Trabalho e centralidade

Como fruto da análise das falas, destaca-se a visão da centralidade do trabalho permanente no imaginário dos sujeitos. Não obstante os diversos estudos feitos anteriormente, que apontam para uma perda da centralidade do trabalho (Offe, 1989; Méda, 1996; Antunes, 2000, 2005, 2009; Piccinini *et al.*, 2005), essa pesquisa apresenta um resultado de que o trabalho ainda se mantém central na vida dos indivíduos de modo a influenciar sobremaneira suas atitudes, pensamentos e planos futuros.

Enriquez (1999) discute a possibilidade, assim como Novick (2000), de não mais o trabalho se tornar o ponto de convergência do trabalhador em todos os aspectos de sua vida. Há essa possibilidade? Esta pergunta é constantemente restaurada e

ressemantizada pelos autores e ao longo desses estudos. A pesquisa, ora apresentada, leva a crer que esse ideário ainda está longe de se concretizar.

Trabalho significa dignidade. Dignidade e dedicação. (Sujeito 5).

O trabalho pra mim é tudo. A gente não consegue viver sem o trabalho. Uma vida sem trabalho, pra mim, não tem sentido. (Sujeito 4).

Responsabilidade com você e com todos [com ênfase] que trabalham dentro da empresa. (Sujeito 1)

É responsabilidade [...] tenho que motivar minha equipe. (Sujeito 2)

O trabalho significa a minha sobrevivência. Se eu parar de trabalhar eu não compro meus remédios. (Sujeito 7).

A dignidade como sinônimo de trabalho é enfatizada pelo respondente 5, ou seja, o sujeito procura exercer sua dignidade por meio dessa atividade. O fruto do trabalho encerra essa característica, no qual o sujeito percebe seu labor como um todo e não reificado. A partir do momento em que o trabalho se tornou dividido, departamentalizado, perdeu-se em seu sentido, e algumas metas ficaram desfocadas, como afirmam autores como Antunes (2009) e Sennett (2009).

Ainda se vive, segundo Nardi (2006) em um modo de produção essencialmente capitalista. Dentre diversos autores, Ramos (2010) e Magalhães, Malaia e Viegas (2011) destacam a dualidade do sofrimento e prazer enquanto característica das atividades laborais. Aqui reside a procura do homem em tornar esse momento o mais prazeroso possível. De que modo o sujeito pode vivenciar esse prazer? A resposta possivelmente se encontra em um ambiente propício a isso: melhorias contínuas no modo de produção visando à satisfação do trabalhador e adequado às suas necessidades.

Como postulam Dejours (1987), Morin (2001) e Gaulejac (2007), os trabalhadores afirmam suas identidades por meio das atribuições pessoais inseridas por eles no dia a dia da organização. Se a vida sem trabalho não pode ter sentido, como afirmam os entrevistados, o caminho a ser traçado perpassa uma vida repleta de objetivos traçados em consonância com o trabalho. Para isso, as ligações de solidariedade fora do trabalho são essenciais na convivência harmônica da vida-trabalho. Alguns caminhos podem comprometer a harmonia no contexto vida-trabalho, conforme apontado a seguir.

O trabalhador empoderado?

Novos modelos de gestão foram surgindo após os anos 80 do século passado. Com o enxugamento das empresas, os funcionários se encarregam de decisões outrora tomadas em outros níveis hierárquicos, não mais desenhados nas instituições. Tais modelos de gestão incluíam programas de qualidade total e o *empowerment* do trabalhador, no qual há uma transferência de poder de decisão para os trabalhadores e suas responsabilidades sobre os erros (Nardi, 2006; Antunes, 2006; 2009).

O discurso gerencialista acentua que as empresas contemporâneas precisam ser flexíveis, inovadoras e competentes. Assim, as camadas hierárquicas desaparecem e surge um profissional que atende as necessidades dessa organização: um ser adaptável, plural, capaz de conviver com a diferença e dotado de visão norteadora em direção ao sucesso, levando-o à conquista do mercado. Esse profissional preferencialmente precisa ter características de liderança, o que faz aumentar suas responsabilidades. A sigla VR – Vendedor Responsável, mencionada na fala do sujeito 1, a seguir, parece demonstrar esse “empoderamento” de responsabilidades e sua centralização em um único indivíduo, que visa, por um lado, o aumento da autonomia e o enriquecimento de tarefas, mas, por outro, eliminar uma possível ascensão

profissional gerada pelo enxugamento de níveis hierárquicos, além de contribuir para o aumento do estresse.

Hoje é criado o VR - Vendedor Responsável. Isso é o nome que se dá para os vendedores que se destacam e que não querem ser só totalmente gerentes [...]. Eu faço tudo, a parte burocrática, vendas, tudo. (Sujeito 1)

O discurso dos sujeitos 3 e 6 também chamam a atenção para esse acúmulo de tarefas:

Hoje em dia você trabalhar como gerente você não só tem que ser gerente, você tem que ser todas as funções [...] muitas etapas, tipo, para uma pessoa só. (Sujeito 3)

Eu que organizo os horários, eu faço seleção de pessoal, treinamento, reunião, tudo. (Sujeito 6)

O curioso nome dado ao profissional citado pelo sujeito 1 – VR – parece ser fruto de neologismos que o discurso gerencialista propõe. Como já citado anteriormente, o termo “colaborador” já se predispõe a tal fim. Nardi (2006, p. 113) ainda ressalta outros termos: “treinador, animador de equipe, visionário, catalisador”.

Entende-se neste artigo que o suposto “empoderamento”, presente no discurso gerencialista atual, pode ser entendido como um dispositivo discursivo utilizado para fazer com que os trabalhadores trabalhem mais, sem a devida ascensão de carreira ou salarial. Para Kleba e Wendausen (2009, p. 736) empoderamento seria:

Um processo dinâmico que envolve aspectos cognitivos, afetivos e condutuais. Significa aumento do poder, da autonomia pessoal e coletiva de indivíduos e grupos sociais nas relações interpessoais e institucionais, principalmente daqueles submetidos a relações de opressão, discriminação e dominação social. Dá-se num contexto de mudança social e desenvolvimento

político, que promove equidade e qualidade de vida através de suporte mútuo, cooperação, autogestão e participação em movimentos sociais autônomos. Envolve práticas não tradicionais de aprendizagem e ensino que desenvolvam uma consciência crítica. No empoderamento, processo e produto se imbricam, sofrendo assim interferência do contexto ecológico social, cujos lucros não podem ser somente mensurados em termos de metas concretas, mas em relação a sentimentos, conhecimentos, motivações etc.

Desse modo, o “empoderamento” percebido pelos trabalhadores entrevistados não se efetiva, pois não muda a condição social dos trabalhadores, não promove equidade, nem qualidade de vida. Os trabalhadores do caso analisado, permitem esse acúmulo de atividades e piores condições de trabalho por medo do desemprego, acentuando dessa forma a precarização do trabalho e construindo um novo sujeito para a cadeia produtiva, que passa a ser responsável por sua própria carreira, antes solidário, agora hiperindividualista.

Ao observar o contexto do Agreste, percebe-se que o acúmulo de tarefas que leva ao trabalho precário sempre esteve presente nessa realidade, não sendo necessariamente algo que surge com o advento de uma lógica de acumulação flexível como postulam autores como Harvey (1989). Historicamente, a informalidade do trabalho na feira e no comércio, de uma forma geral, exigiu dos seus trabalhadores adaptabilidade e pluralidade. Assim, mesmo sendo uma exigência de organizações modernas, como o *shopping center*, essas características constituem, em certa medida, o contexto do Agreste (Santos, 2016; Sá, 2018; Santos & Helal, 2018; Sá, 2018; 2019).

Essa condição do contexto agrestino pode tornar mais difícil a percepção dos trabalhadores sobre os perigos desse discurso do *empowerment* para o seu desenvolvimento pessoal e profissional, bem como para o desenvolvimento da região, mascarando as consequências perversas de condições de trabalho precárias.

Na próxima seção, discutir-se-á a fuga dos profissionais para as grandes cidades, onde acreditam em poder estudar, conseguir um emprego e melhorar sua qualidade de vida.

Possíveis oportunidades de trabalho em cidades maiores

Em algumas pesquisas, o tema fuga das grandes cidades apresenta-se como uma procura dos cidadãos pela qualidade de vida. DaMatta (2010) é um dos autores que realiza estudos nesse campo, tema presente também na pesquisa de Gomes (2013). Os indivíduos buscam uma melhor qualidade de vida nessas cidades. O trânsito, a vida agitada e outras peculiaridades da vida moderna parecem ter menos intensidade nessas localidades e isso atrai os profissionais.

DaMatta (2010) aponta diversos obstáculos enfrentados pelos cidadãos no caótico trânsito das grandes cidades contemporâneas. Gomes (2013) ainda destaca que os cidadãos se instalam em cidades menores em busca de uma melhor qualidade de vida. Nesta pesquisa, a situação se inverte, pois, os sujeitos se deslocam de suas cidades natais ou menores, fazendo um circuito contrário em busca de novas oportunidades de emprego. Caruaru, como já mencionado, é um "polo" no qual os moradores de cidades do entorno procuram migrar em busca de trabalho, transformando, muitas vezes, algumas pequenas cidades em cidades-dormitórios. Conforme corroboram as falas abaixo:

Foi difícil [...] vim de Cachoeirinha. (Sujeito 2)

Sempre trabalhei no interior na agricultura [...] lá estava difícil. A cidade era Pedra - PE [...] então eu fui pra Garanhuns[...]depois] fui transferido para Caruaru. (Sujeito 4)

Portanto, as cidades do entorno de Caruaru, dentre elas, Cachoeirinha e Garanhuns, conforme citado pelos entrevistados, exportam profissionais para Caruaru. Os

moradores das cidades de Altinho, Brejo da Madre de Deus, Belo Jardim, Pesqueira, Bezerros, Gravatá, dentre outras, também fazem essa mobilidade, segundo a Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED) do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2007).

Ademais, essa mobilidade impacta no estilo de vida desses moradores, pois conforme já mencionado, Caruaru é uma cidade construída em torno do comércio de feirantes, em local aberto, agora lojistas e funcionários de *shopping* atuam em ambientes fechados. As criações e aberturas desses empreendimentos em cidades menos industrializadas e com características mais artesanais indicam a adaptação de trabalhadores com perfis mais contemporâneos, haja vista que o produto artesanal não compactua com a grande maioria da produção industrializada, obrigando a uma parcela significativa da mão-de-obra uma adaptação às necessidades globalizadas de relações de trabalho. Essa nova tessitura social nesses espaços propicia novos guetos de ricos e perfis adaptados a esses locais. Assim, os cidadãos passam a valorizar outros estilos de vida: novas roupas, novos condomínios fechados, e uma “guetização por escolha de ricos” (Yu, Cho & Kim, 2012; Dupont, 2011, p. 342).

É a modernização seletiva brasileira (Souza, 2000) e a modernização conservadora nordestina (Araújo, 2004) se mostrando no Agreste pernambucano de forma evidente. Diante disso, se forma um hibridismo entre valores, estilos de vida, realidades tradicionais, que se mantêm nestes espaços [as feiras, o caos dos centros de comércio, organizações informais de trabalho, a cultura artesanal da cidade etc.] e elementos modernos, como o *shopping center*.

Após a análise das categorias apontadas pelas entrevistas, seguem as considerações finais que não se encerram em si mesmas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo analisar a percepção do sentido do trabalho para os gerentes de lojas de *shopping centers* do Agreste pernambucano. A partir das entrevistas, surgiram categorias de análises, a saber: horário, infraestrutura, público, trabalho e centralidade, *empowerment* e busca de melhores condições de trabalho em cidades maiores, todas elas relacionadas diretamente à realidade híbrida do Agreste pernambucano, na qual o trabalho e seus significados possuem aspectos singulares em função do contexto no qual se inserem.

A categoria “horário” traz à tona a ideia inevitável do comprometimento do indivíduo com os objetivos organizacionais em detrimento das suas famílias. Os termos já mencionados como “colaborador”, “associado”, dentre outros, tendem ao eufemismo. São palavras que criam vínculos fortes, mais que familiares. Aqui reside o discurso gerencialista na sua essência: doar-se integralmente, de corpo e alma, de mente e objetivos pessoais, como uma grande “família”.

A proposta familiar é intensa nos ambientes organizacionais e se apresenta fortemente no caso dos *shopping centers*. Portanto, nesta pesquisa, os resultados remetem à continuidade e permanência dos ideais gerencialistas já citados no corpo desse artigo e aqui retomadas: doação integral e desigualdade de objetivos disfarçada em ideais compartilhados por todos.

Assim, o trabalho se mantém, mais do que nunca, central na vida dos sujeitos dessa pesquisa e, portanto, para uma camada considerável de indivíduos na nossa sociedade. Os termos “responsabilidade” e “dignidade” – citados pelos sujeitos – evidenciam que o trabalho constitui parte integrante da construção de suas identidades. A identificação com o trabalho, o “vestir a camisa da organização” também coadunam com os objetivos das práticas gerencialistas pós anos 1990, que se baseiam na concessão de

uma autonomia controlada e na interiorização dos mecanismos de controle, como forma de atingir maior produtividade e redução de custos, tudo isso graças a um maior envolvimento e comprometimento do trabalhador com os objetivos organizacionais (Antunes, 2000; Baltar, Krein & Leone, 2009; Melo, 2011).

As particularidades do ambiente característico do *shopping center*, dentre eles a infraestrutura, afetam a construção do significado do trabalho. Por desfrutar de um ambiente "gostoso", o trabalho é percebido como menos intensivo e desgastante, que não condiz com a realidade, haja vista os relatos das exigências impostas pelos horários no *shopping center* como incompatíveis com outros aspectos das vidas dos entrevistados.

A discussão perpassa o comportamento do indivíduo em vista dos objetivos organizacionais, ressaltando o vínculo entre ambos. Importante destacar nos estudos de Sá (2018) que tal entendimento de outras formas de comércio não retira marcas profundas deixadas nos hábitos e nas práticas dos moradores locais, mas que, no que tange ao universo agrestino, a modernização impõe uma condição de vida e um olhar diferenciados para o futuro da família.

Neste sentido, percebeu-se forte relação entre os significados do trabalho percebidos e o contexto local. A distinção entre horário de trabalho no shopping e no centro; o fato de o *shopping center* se mostrar como um espaço mais agradável, limpo e confortável que o centro da cidade; a distinção que se observa na representação de quem frequenta o *shopping center* e quem frequenta o centro; um apelo ao discurso do "empowerment", caracterizado pelo acúmulo de funções e tarefas sem a devida ascensão salarial ou de carreira, entendido nesse trabalho como um dispositivo discursivo gerencial; a presença de trabalhadores que migraram para Caruaru em busca de melhores condições de trabalho, mostra que a dinâmica que se estabelece no

shopping center estudado e os sentidos dados ao trabalho ali desenvolvido exigem uma compreensão situada.

Dessa forma, o exposto comprova empiricamente os estudos elaborados pelos autores citados nesse artigo, contribuindo sobremaneira para ampliar a discussão do sentido do trabalho na contemporaneidade e vai além desses estudos ao evidenciar a importância de considerar o contexto do trabalho como um elemento constituinte e essencial para a compreensão do fenômeno estudado. Ademais, as propostas discutidas aqui possibilitam incrementar futuras pesquisas.

Por fim, sugere-se este estudo em outros *shopping centers* do país, localizados em outros contextos, que não o do Agreste pernambucano, para o confronto com a realidade das cidades de menor porte, ampliando-se os estudos acerca do tema. Acrescenta-se que a principal limitação deste estudo foi o fato de que as entrevistas foram realizadas dentro do estabelecimento comercial, o que pode ter afetado as respostas dos sujeitos. Nesse sentido, sugere-se que, em outras pesquisas onde a técnica for aplicada, as entrevistas sejam realizadas fora do ambiente laboral.

REFERÊNCIAS

Abramides, Maria B. C. & Cabral, Maria S. R. (2003). *Regime de acumulação flexível e saúde do trabalhador. São Paulo em Perspectiva*, 17(1), 3-10.

Andrade, Tabira S. (2008). *A estrutura institucional do APL de confecções do Agreste pernambucano e seus reflexos sobre a cooperação e a inovação: o caso do município de Toritama*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Brasil.

Antunes, Ricardo (Org.) (2006). *Riqueza e miséria do trabalho no Brasil*. São Paulo: Boitempo.

Antunes, Ricardo (2005). *O caracol e sua concha: ensaios sobre a morfologia do trabalho*. São Paulo: Boitempo.

Antunes, Ricardo (2000). *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo.

Antunes, Ricardo & Braga, Ruy. (2009). *Infoproletários: degradação real do trabalho virtual*. São Paulo: Boitempo.

Alcadipani, Rafael, Khan, Farzad R., Gantman, Ernesto & Nkomo, Stella (2012). Southern voices in management and organization knowledge. *Organization*, 19(2), 131-143.

Araujo, Tania B. (2004). Northeast, Northeast: what northeast? *Latin American Perspectives*, 31(2), 16-41.

Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE) (2017). *Plano de Mix: Abrasce*, 2017. Recuperado em 19 setembro, 2019, de: https://abrasce.com.br/wp-content/uploads/2019/05/AF-PlanoDeMix-2017_2018.pdf.

Assumpção, Roberto, Vegro, Celso L. R. & Pino, Francisco A. (2003). O mercado de café expresso em *shopping centers* da cidade de São Paulo. *Informações Econômicas*, 33(11), 38-46.

Baltar, Paulo E., Krein, José D., & Leone, Eugênia T. (2009). Economia e mercado de trabalho no Brasil. In Marcia P. Leite & Ângeça M. C. Araujo (Orgs.). *O trabalho reconfigurado: ensaios sobre Brasil e México*. São Paulo: Annablume.

Boni, Valdete & Quaresma, Sílvia J. (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, 2(1), 68-80.

Bendassolli, Pedro F. & Gondin, Silvia M. G. (2014). Significados, sentidos e função psicológica do trabalho: discutindo essa tríade conceitual e seus desafios metodológicos. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1), 131-147.

Benjamin, Walter (1992). Paris, capital do século XIX. In Flavio R. Kothe (Org.). *Walter Benjamin, Sociologia*. São Paulo: Ática.

Cardoso, Maria F. T. C. (1965). Caruaru: a cidade e sua área de influência. *Revista Brasileira de Geografia*, 27(4), 587-614.

Canclini, Nestor G. (2013). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade* (4a ed). São Paulo: EDUSP.

D'Acri, Vanda (2003). Trabalho e saúde na indústria têxtil de amianto. *São Paulo em Perspectiva*, 17(2), 13-22.

Damatta, Roberto. (2010). *Fé em Deus e pé na tábua ou como e por que o trânsito enlouquece no Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco.

Damatta, Roberto (2003). *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco.

Dejours, Christophe (1987). *A loucura do trabalho: estudo de psicopatologia do trabalho*. São Paulo: Cortez.

Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) (2007). *O mercado de trabalho na região de Caruaru*. Recuperado em 6 agosto, 2013, de: <http://www.dieese.org.br/analiseped/2007/200704pedCaruaru.pdf>.

Dupont, Véronique (2011). The dream of Delhi as a global city. *International Journal of Urban and Regional Research*, 35(3), 533-554.

Enriquez, Eugène (1999). Perda do trabalho, perda da identidade. In Maria R. Nabuco & Antonio Carvalho Neto (Orgs.). *Relações de trabalho contemporâneas* (pp. 69-83). Belo Horizonte: IRT/PUC Minas.

Enriquez, Eugène (2014). O trabalho, essência do homem? O que é o trabalho? *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 17(n.spe), 163-176.

Freyre, Gilberto (2004). *Nordeste: aspectos da influência da cana sobre a vida e a paisagem do Nordeste do Brasil* (7a ed). São Paulo: Global.

Godoy, Arilda S. (1995). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*, 35(3), 20-29.

Gomes, Wagner R. (2013). *Construção (inter) cultural em uma instituição federal de ensino superior*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.

Gaulejac, Vincent (2007). *Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social*. São Paulo: Idéias e Letras.

Hackman, J. Richard, Oldham, Greg R., Janson, Robert & Purdy, Kenneth (1975). A new strategy for job enrichment. *California Management Review*, 17(4), 57-71.

Harvey, David (1989). *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2019). Recuperado em 20 setembro, 2019 de: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/caruaru/panorama>.

Imas, J. Miguel & Weston, Alia. (2012). From Harare to Rio de Janeiro: Kukiya-Favela organization of the excluded. *Organization*, London, 19(2), 205-227.

Kleba, Maria E. & Wendausen, Agueda (2009). Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. *Saúde e Sociedade*, 18(4), 733-743.

Koehl, Jean L. (1990). *Les centres commerciaux*. Paris: PUF.

Lancman, Selma & Sznelwar, Laerte I. (Orgs.). (2004). *Christophe Dejours: da psicopatologia à psicodinâmica do trabalho*. Rio de Janeiro: Fiocruz; Brasília: Paralelo 15.

Lima, Lunie I. (2008). Tipologia motivacional de consumo de adolescentes em shopping centers. *Revista Eletrônica de Administração*, 14(1), 93-110.

Magalhães, Guilherme S., Malaia, Maria C. B. T. & Viegas, Maria C. L. C. (2011). O contexto das relações humanas no trabalho no setor público a partir da reforma de Estado de 1995. *Anais do Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho*, João Pessoa, PB, Brasil, III.

Mattoso, Jorge & Pochmann, Marcio (1998). Mudanças estruturais e trabalho no Brasil. *Economia e Sociedade*, 7(1), 213-243.

Marx, Karl (1984). *Manuscritos econômico-filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar.

Méda, Dominique (1996). New perspectives on work as value. *International Labor Review*, 135(6), 633-644.

Melo, Ana B. T. (2011). O trabalho autogestionário na economia solidária: afinal, o que recuperam e o que transformam as empresas recuperadas? *Em Debate: Revista Digital*, 6, 214-229.

Meira, Paulo R. S. (1998). *Shopping centers de Porto Alegre: um estudo de serviços ao consumidor final*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.

Morin, Estelle M. (2001). Os sentidos do trabalho. *Revista de Administração de Empresas*, 41(3), 8-19.

Morin, Estelle M., Tonelli, Maria J. & Pliopas, Ana L. V. (2003). O trabalho e seus sentidos. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Atibaia, SP, Brasil, XXVII.

Nascimento, Fernando J. & Ferraz, Adilson. S. (2013). A condição (des)humana: o trabalho no Agreste pernambucano a partir de Hannah Arendt. In Marcio G. Sá, Diogo H. Helal, Adilson Ferraz, & Jailson P. Silva (Orgs.). *Trabalho: questões no Brasil e no Agreste Pernambucano* (pp. 119-132). Recife: UFPE.

Nardi, Henrique C. (2006). *Ética, trabalho e subjetividade: trajetórias de vida no contexto das transformações do capitalismo contemporâneo*. Porto Alegre: UFRGS.

Novick, Marta (2000). La transformación de la organización del trabajo. In Enrique G. Toledo (Coord.). *Tratado Latinoamericano de sociología del trabajo* (p. 123-147). Mexico: Fondo de Cultura Económica.

Offe, Claus (1989). Trabalho: a categoria sociológica chave? In Claus Offe. *Capitalismo desorganizado: transformações contemporâneas do trabalho e da política* (pp. 167-198). São Paulo: Brasiliense.

Padilha, Valquiria (2003). *Shopping center: a catedral das mercadorias e do lazer reificado*. Tese de doutorado, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, Brasil

Paes de Paula, Ana P. (2005). *Por uma nova gestão pública: limites e potencialidades da experiência contemporânea*. Rio de Janeiro: FGV.

Piccinini, Valmiria C., Oliveira, Sidinei R., Fontoura, Daniele S., Schweig, Cristine (2005). *Quando trabalhar faz sentido*. In *Anais da Conferência da AGRH*, Paris, França, 16..

Pitt, Michael & Musa, Zairul N. (2009). Towards defining shopping centres and their management systems. *Journal of Retail & Leisure Property*, 8(1), 39-55.

Prado Junior, Caio (2008). *Formação do Brasil contemporâneo*. São Paulo: Brasiliense.

Rocha, Décio & Deusdará, Bruno (2005). Análise do conteúdo e análise do discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. *Alea: Estudos Neolatinos*, 7(2), 305-322.

Rossari, Tânia T. (1992). Demarcação de identidade em espaço coletivo: o Shopping Iguatemi em Porto Alegre. In Heitor Frúgoli Junior & Silvana Pintaudi. *Shopping*

centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras (pp. 107-129). São Paulo: Unesp.

Sá, Marcio G. (2019). Em busca do impacto perdido? Experiências significativas com sentido local em pesquisa, ensino e extensão. *Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, 6(15), 364-398.

Sá, Marcio G. (2018). *Filhos das feiras: uma composição do campo de negócios agreste*. Recife: Massangana.

Sá, Marcio G. (2013). Feirantes: possíveis contribuições. In Marcio G. Sá, Diogo H. Helal, Adilson Ferraz, & Jailson P. Silva (Orgs.). *Trabalho: questões no Brasil e no Agreste Pernambucano* (pp. 101-116). Recife: UFPE.

Sá, Marcio G. (2011). *Feirantes: quem são e como administram seus negócios?* Recife: UFPE.

Sá, Marcio G. & Mattos, Pedro. L. C. L. (2016). De pequenos negócios de feira à metodologia científica: avanços a partir de (e para) experiências em contexto agreste. *Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, 3(7), 628-669.

Sales, Teresa (1982). *Agreste, agrestes: transformações recentes na agricultura nordestina*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Santos, Elisabeth C. (2016). *Práticas e relações de trabalho da cultura popular no Agreste de Pernambuco: entre o moderno e o tradicional*. Tese de doutorado, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Brasil.

Santos, Elisabeth C. & Helal, Diogo, H. (2018). O moderno e o tradicional no Agreste de Pernambuco. *Ciência & Trópico*, 37(1), 163-188.

Santos, Elisabeth C. & Helal, Diogo H. (2016). Relações de trabalho e práticas: aproximações teóricas. *Anais do Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD*, Belo Horizonte, MG, Brasil, IX.

Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) (2012). *Estudo econômico do arranjo produtivo local de confecções do Agreste pernambucano*. Relatório final. Recuperado em 20 setembro, 2019, de: <https://meuatendimento.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Estudo%20Economico%20do%20APL%20de%20Confeccoes%20do%20Agreste%20-%20%2007%20de%20MAIO%202013%20%20docx.pdf>.

Sennet, Richard (2009). *O artífice* (2a ed). Rio de Janeiro: Record.

Shopping Center (1996). Recuperado em 26 julho, 2013, de: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/shopping.pdf.

Soares, Luiz A. G. M. (2000). *Entre a casa e a rua: cultura, espaço e consumo nos shopping centers*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

Souza, Jessé (2000). *A modernização seletiva: uma reinterpretação do dilema brasileiro*. Brasília: UnB.

Telles, Vera S. (2006). Prefácio. In Henrique C. Nardi. *Ética, trabalho e subjetividade: trajetórias de vida no contexto das transformações do capitalismo contemporâneo* (pp. 7-12). Porto Alegre: UFRGS.

Varotto, Luis F. (2018). Varejo no Brasil: resgate histórico e tendências. *Brazilian Journal of Marketing*, 17(3), 429-443.

Véras de Oliveira, Roberto (2013). Trajetória e desafios das políticas públicas de emprego no Brasil. In Marcio G. Sá, Diogo H. Helal, Adilson Ferraz, & Jailson P. Silva (Orgs.). *Trabalho: questões no Brasil e no Agreste Pernambucano* (pp. 19-36). Recife: UFPE.

Xavier, Maria G. P. (2006). *O processo de produção do espaço urbano em economia retardatária: a aglomeração produtiva de Santa Cruz do Capibaribe*. Tese de doutorado, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, Brasil.

Yu, Tun-Hsiang E., Cho, Seong-Hoon & Kim, Seung G. (2012). Assessing the residential property tax revenue impact of a shopping center. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 45(3), 604-621.

O SENTIDO DO TRABALHO PARA GESTORES DE LOJAS NUM SHOPPING CENTER EM CARUARU-PE

Resumo

Busca-se analisar e compreender a percepção do sentido do trabalho para profissionais que atuam em um *shopping center* localizado na cidade de Caruaru, na região do Agreste de Pernambuco. Discute-se a centralidade do trabalho na contemporaneidade, de forma situada, considerando a realidade social e histórica da região em questão. Foram entrevistados sete gerentes e os resultados apresentaram as categorias horário, infraestrutura, público, trabalho e centralidade, *empowerment* e busca de melhores condições de trabalho em cidades maiores. A conclusão indica que os sujeitos pontuam o trabalho como elemento central em suas vidas e reproduzem discursos gerencialistas, impostos pelas organizações contemporâneas. Estes discursos, entretanto, se chocam com modos de vida e de trabalho tipicamente agrestinos, reforçando a existência de uma realidade híbrida no contexto do Agreste, no qual shopping e comércio/feira representam a dinâmica cultural dessa região.

Palavras-chave

Sentido do trabalho. *Shopping center*. Agreste.

EL SENTIDO DEL TRABAJO PARA GESTORES DE TIENDAS EN EL CENTRO COMERCIAL EM CARUARU-PE

Resumen

Se busca analizar y comprender la percepción del sentido del trabajo para profesionales que actúan en un centro comercial ubicado en la ciudad de Caruaru, en la región del Agreste de Pernambuco. Se discute la centralidad del trabajo en la contemporaneidad, de forma situada, considerando la realidad social e histórica de la región en cuestión. Se entrevistaron siete gerentes y los resultados presentaron las categorías horario, infraestructura, público, trabajo y centralidad, empowerment y búsqueda de mejores condiciones de trabajo en ciudades mayores. La conclusión indica que los sujetos puntúan el trabajo como elemento central en sus vidas y reproducen discursos gerencialistas, impuestos por las organizaciones contemporáneas. Estos discursos, sin embargo, chocan con modos de vida y de trabajo típicamente agresivos, reforzando la existencia de una realidad híbrida en el contexto del Agreste, en el que los shopping y el comercio / feria representan la dinámica cultural de esa región.

Palabras clave

Significado del trabajo. Shopping center. Agreste.

THE MEANING OF WORK FOR MANAGERS OF STORES IN A SHOPPING CENTER IN CARUARU-PE

Abstract

The aim is to analyze and understand the perception of the meaning of work for professionals who work in a shopping mall in the city of Caruaru, in the harsh region of Pernambuco. Discusses the centrality of work in contemporary society, so situated, considering the social and historical reality of the region in question. Seven managers and the results were interviewed and showed the time categories, infrastructure, public work and centrality, empowerment and search for better working conditions in larger cities. The finding indicates that subjects punctuate the work as a central element in their lives and reproduce managerial discourse, imposed by contemporary organizations. These discourses, however, clash with ways of life and typically agrestinos work, reinforcing the existence of a hybrid reality in the context of harsh, where shopping and trade / fair represents the cultural dynamics of this region.

Keywords

Sense of work. Shopping center. Agreste.

CONTRIBUIÇÃO

Wagner Rocha Gomes

Contribuiu com a realização das entrevistas, pesquisa bibliográfica e redação da primeira versão do texto.

Elisabeth Cavalcante Santos

Realizou revisão do texto, inseriu discussão referente ao contexto local, realizou correções sugeridas pelos/as avaliadores/as da revista, manteve contato com a equipe editorial.

AGRADECIMENTOS

-

DECLARAÇÃO DE INEDITISMO

Es autores declaram que a contribuição é inédita.

CONFLITO DE INTERESSES

Es autores declaram não haver conflito de interesses.

COMO CITAR ESTA CONTRIBUIÇÃO

Gomes, Wagner R. & Santos, Elisabeth C. (2019). O sentido do trabalho para gestores de lojas num shopping center em Caruaru-PE. *Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, 6(17), 1035-1078.