

Emoções substanciais: Repensar o trabalho emocional a partir da sociomaterialidade¹

Emociones sustanciales: Repensar el trabajo emocional desde la sociomaterialidad

Resultado de investigação finalizada

GT26 - Sociologia do corpo e as emoções

Valquiria Padilha²

RESUMEN

El trabajo emocional (TE) es la actuación del trabajador de sector de los servicios sobre sus emociones para producir un resultado en sí mismo y en los clientes. En este artículo me propongo extender el concepto de TE desde la investigación llevada a cabo en Canadá y Brasil, con los trabajadores de limpieza de los centros comerciales que manejan físicamente y psicológicamente sustancias desagradables de significados negativos, humillación, y asco. Son, en su trabajo diario, formas de lidiar con los sentimientos de disgusto asociados a las sustancias que dejan los clientes y transmitir sentimientos de limpieza, higiene, bienestar. Por eso, el TE está mediado intensamente por la sociomaterialidad de las sustancias repulsivas.

Palabras claves: Trabajo Emocional; Asco; Sociomaterialidad.

RESUMO

O Trabalho Emocional (TE) é a atuação do trabalhador do setor de serviços sobre suas emoções para produzir um resultado em si mesmo e nos clientes. Nesse artigo, proponho ampliar o conceito de TE a partir de pesquisas realizadas, no Canadá e no Brasil, com trabalhadores de limpeza de *shopping centers*, os quais lidam física e psicologicamente com substâncias nojentas carregadas de significados negativos, humilhação, repulsa. Eles encontram, no cotidiano de seu trabalho, maneiras de lidar com o sentimento de nojo associado às substâncias deixadas pelos clientes e transmitir a eles sensações de limpeza, higiene, bem-estar. Então, o TE é intensamente mediado pela sociomaterialidade das substâncias repulsivas.

Palavras-Chave: Trabalho Emocional; Nojo; Sociomaterialidade.

¹ A pesquisa realizada no Brasil, entre 2009 e 2012, foi financiada pela FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo). A pesquisa realizada no Canadá, em 2010, foi financiada pela CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). Uma parte desse artigo foi apresentada com o título “Sofrimentos no cotidiano do trabalho de limpeza de *shopping centers* no Brasil e no Canadá” no *Congresso Internacional de Psicologia do Trabalho e das Organizações*, ocorrido em julho/2012, na cidade de Braga, Portugal. Resultados da pesquisa feita no Canadá foram publicados em forma de artigo, em co-autoria com Eduardo Davel, com o título “Substantial Emotions: Rethinking Emotional Labour from a Sociomaterial Perspective”, no *International Journal of Science Commerce and Humanities* (IJSCH), v.1, n.4, jun./2013. Agradeço ao Prof. Eduardo Davel, PhD, pela supervisão da pesquisa no Canadá, em 2010.

² Professora Doutora no Departamento de Administração da FEA-RP (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto), Universidade de São Paulo (USP), Ribeirão Preto, São Paulo, Brasil. E-mail: valpadilha@usp.br.

I. Introdução

Na grande maioria dos *shopping centers* existentes hoje no mundo, a higienização destes espaços é um importante fator para atrair e manter os clientes. É por isso que os *shopping centers* devem ter um mutirão de profissionais de limpeza que, 24 horas por dia, todos os dias da semana, colocam seus corpos e suas emoções a seu serviço. Que emoções esses trabalhadores precisam enfrentar no cotidiano de seu trabalho? Estariam eles sujeitos à *performance* do Trabalho Emocional (TE), como outros trabalhadores do setor de serviços? Em que medida o contato com o lixo deixado pelos clientes em um *shopping center* pode desencadear a necessidade de mobilizar emoções no trabalho? Essas questões me levaram a problematizar o conceito de TE, tal como se apresenta na literatura internacional, inserindo a sociomaterialidade no debate.

Realizei duas pesquisas qualitativas, uma no Brasil e outra no Canadá, com trabalhadores de limpeza de *shopping centers*, para verificar se seria possível afirmar que esses trabalhadores realizam TE. A parte empírica das pesquisas baseou-se em observações e entrevistas individuais (Beaud & Weber, 1997). Para a análise das entrevistas, segui as táticas de interpretação sugeridas por Huberman e Miles (1991). No total, realizei 12 entrevistas em profundidade, sendo cinco mulheres e dois homens que trabalham em seis *shopping centers* diferentes no Canadá e cinco mulheres que trabalham em dois *shopping centers* diferentes no Brasil. Nenhum dos entrevistados possui curso superior completo. A diferença de faixa salarial para esta categoria de trabalhadores é grande, evidenciando que o nível de vida destes faxineiros no Brasil é muito pior que no Canadá.

Ao estudar as teorias do TE no cenário internacional, pude entender como estes trabalhadores elaboram suas respostas emocionais no setor de serviços e analisei os sentimentos de nojo e humilhação ao se depararem com substâncias nojentas deixadas pelos clientes. Há uma materialização do sentimento: o nojo nasce do contato com sangue, urina, fezes, vômitos, restos de comida e lixos diversos. Como eles não podem ser mal educados com os clientes, realizam o TE diariamente.

Os aportes teóricos e as pesquisas empíricas realizadas levaram-me a eleger dois núcleos analíticos para compreender como se dá as formas de sofrimento destes trabalhadores no seu cotidiano de trabalho. Os núcleos analíticos que explico a seguir são o nojo e a humilhação.

II. O trabalho emocional ao lidar com o sentimento de nojo

Estes profissionais lidam com substâncias sujas e repugnantes. Precisam enfrentar o nojo que sentem ao lidar com o lixo deixado pelos clientes e devem aprender a administrar suas emoções porque não podem tratar mal os clientes. Nesse sentido, realizam um “trabalho emocional”, nos termos descritos por Hochschild (1979; 1983). Hochschild propõe uma sociologia das emoções que insere os sentimentos num complexo jogo de estruturas denominado por ela de “o império das regras sociais” (Hochschild, 1979, p.551). No seu livro *The Managed Heart*, a autora explica que trabalho emocional significa “[...] a administração dos sentimentos para criar uma aparência facial e corporal publicamente observável; trabalho emocional é vendido em troca de um salário e, portanto, tem um *valor de troca* (Hochschild, 1983, p.7. Grifos no original).”

Então, quando se trata de realizar o “sentimento correto” no trabalho, a autora fala em “trabalho emocional”. TE pode ser compreendido como a atuação da pessoa sobre os sentimentos, no trabalho, para produzir um resultado em si mesmo e nos outros. Nesse sentido, é um “trabalho extra” para articular mente e sentimentos que os trabalhadores precisam empreender no trabalho, além dos trabalhos físicos e mentais já inerentes às tarefas. O TE é requerido dos trabalhadores que interagem com clientes e consumidores. TE é uma gestão das emoções no trabalho tendo por objetivo criar uma fachada publicamente observável (“usar uma máscara”) de modo a gerar um comportamento

esperado no cliente ou consumidor - que pode ser simpatia, amabilidade ou até raiva e medo, conforme for o caso. Aeromoças devem sorrir, cobradores profissionais devem fazer caretas, policiais devem fazer expressões sérias e até assustadoras. Para Hochschild (1983) alguns empregos exigem TE dos trabalhadores, outros não. Três características em comum tipificam o TE, conforme explica a autora:

Primeiro, requer contato face-a-face ou voz-a-voz com o público. Segundo, requer que o trabalhador produza um estado emocional na outra pessoa – gratidão ou medo, por exemplo. Terceiro, permite ao empregador, através de treinamento e supervisão, exercer um grau de controle sobre as atividades dos empregados (Hochschild, 1983, p.147).

No caso dos trabalhadores de limpeza, pude constatar que há um elemento novo a ser considerado quando se analisa o trabalho emocional: o contato material com substâncias nojentas deixadas pelos clientes nos banheiros e praças de alimentação dos *shopping centers*. A matéria atua como mediadora na relação entre estes trabalhadores e os consumidores dos *shoppings*. Nesse sentido, proponho uma materialização do conceito de TE a partir da categoria do nojo. Escolhi focar na experiência de trabalhadores de limpeza de *shopping centers* porque eles lidam diariamente com substâncias plenas de aspectos sociomateriais. Essas substâncias não são apenas físicas, mas também são imbuídas de significados socioculturais como o sentimento de nojo e repugnância. O lixo e a sujeira são o lugar do rebaixamento, indigno, infecto, sujo e impuro. É o território da materialidade (Lhuillier; Cochin, 1999). Certamente, eles realizam TE para gerar sentimentos de conforto, limpeza, higiene e bem-estar aos consumidores ao mesmo tempo em que precisam lidar com suas emoções de nojo e repugnância pelas substâncias deixadas por aqueles para quem devem sorrir amigavelmente.

A percepção de que esse trabalho está relacionado com a satisfação dos clientes – e por isso requer TE – tornou-se evidente durante a realização das minhas pesquisas. Trabalhadores de limpeza são normalmente considerados como *back stage* (Grove & Fisk, 1992; Grayson, 1998), porque eles não participam ativamente das relações diretas com os clientes, como um vendedor, por exemplo. No entanto, observei que eles estabelecem várias relações diretas com os clientes durante boa parte de seu trabalho e que, portanto, engajam-se emocionalmente tanto quanto os trabalhadores *front-line* no setor de serviços. Observando que os trabalhadores de limpeza realizam TE e que sua relação com os clientes é mediatizada por objetos sociomateriais, foi possível repensar a teoria do TE e propor avanços na sua conceitualização.

O nojo, como uma experiência de materialidade que é comum entre os seres humanos, envolve a consciência de que há contaminação (Jones, 2000; Rozin & Fallon, 1987). Limpar o lixo produzido pelos corpos humanos e animais parece ser uma atividade indigna em muitas sociedades porque diz respeito ao contato direto com a sujeira e o material nojento. O nojo é um sentimento complexo de “retração emocional” (Angyal, 1941; Jones, 2000), envolvendo respostas humanas negativas como repulsa, aversão, rejeição, desprazer e esquiva. Gera um desejo físico por eliminação (Angyal, 1941), o qual se manifesta através de gestos, caretas e sons que exprimem a rejeição aos objetos repugnantes (Rozin & Fallon, 1987). Além destes sentimentos, algumas reações físicas também ocorrem, como náusea, vômito e esquiva. O nojo, como uma experiência emocional, afeta todos os sentidos humanos: paladar, olfato, tato, visão e audição. Situações de nojo invocam sentimentos sociais e julgamentos morais.

Portanto, pode-se deduzir que o nojo deriva do contato com a materialidade: fezes, suor, secreções, mucosas, partes do corpo humano ou animal, cheiros. Essa materialidade é normalmente associada com algo ofensivo, inferior ou perigoso (Jones, 2000; Pelzer, 2002). Certamente, fezes são consideradas como símbolo universal de nojo entre adultos (Angyal, 1941; Rozin & Fallon, 1987;

Jones, 2000). Nojo é socialmente e culturalmente construído, variando conforme o tempo e o lugar (Pelzer, 2002; Jones, 2000). Observando e escutando trabalhadores de limpeza no seu trabalho, ficou claro que a interação com os clientes é central na sua rotina. No Canadá, Jennifer disse que trabalha em relação direta com os clientes: “[...] nós precisamos trabalhar para fazer os clientes felizes. Nosso trabalho é fazê-los felizes”. Disse ainda: “o mais importante é ser duro emocionalmente”. Quando um cliente reclama de seu trabalho, ela tem que pedir desculpas e diz que vai fazer melhor da próxima vez, de modo que o cliente fique sempre satisfeito.

Em outra situação, TE não é produzido com base na resistência ao sofrimento, mas na supressão ou indução de sentimentos. Isso pode ser compreendido como um mecanismo de defesa contra o sentimento de humilhação. Por exemplo, Marie conta que a empresa pede que eles sejam polidos com os clientes. Eles devem dizer sempre “Sim, senhora”, “Sim, senhor”, mesmo quando os clientes não são amigáveis. Ela conta que um dia uma cliente disse grosseiramente “Minha mesa está suja, venha limpar” e ela não resistiu e respondeu: “Não se pede por favor?” e a cliente disse: “Mas isso é seu trabalho”, e ela retrucou “Eu sei que é meu trabalho, mas se a senhora disser por favor eu vou fazer meu trabalho com mais prazer”.

A materialidade e o significado negativo do nojo sustentam o processo de TE no contexto de limpeza. Trabalhadores percebem o ato de limpar a sujeira dos outros como uma atividade inferior ou desprezada. Limpar banheiros não demanda apenas um esforço físico, mas um esforço emocional associado com a humilhação, rebaixamento e baixa autoestima. Limpar banheiros é a pior parte do trabalho, segundo os entrevistados. Algumas falas ilustram os sentimentos de nojo, rebaixamento e humilhação.

Mariola relata:

- Você pensa que teu emprego exige alguma habilidade emocional?
- Sim, muito, porque eu tenho que demonstrar tranquilidade, ser amável, fazer de conta que eu estou bem mesmo quando eu não estou. Eu creio que eu faço mais esforço que os outros... Aliás, já me aconteceu de estar trabalhando e chorar... Porque... [Começou a chorar].
- O que é que é mais difícil para você?
- Quando tenho que limpar banheiros. É um trabalho muito difícil. [Ela chorou de novo]. Os banheiros são muito sujos.
- Você acha teu trabalho nojento?
- Sim, sim! É assim em todo lugar, mas aqui as mulheres são muito porcas! Quando estão menstruadas, elas sujam tudo e não limpam. Tem papel sujo por todo lugar. Eu acho que elas pensam que nós somos pagas para limpar. É como quando as pessoas comem e deixam os pratos sobre as mesas porque sabem que tem alguém que vai limpar. Eles pensam que nós somos escravos!
- Você se sente como uma escrava neste trabalho?
- Não fisicamente, pois não preciso fazer muito esforço físico, é mais no aspecto emocional.
- Você acha que em outro trabalho seria diferente?
- Sim, acho que para a autoestima, sabe? Porque nós estamos no chão neste tipo de trabalho, eu estou tão no chão que às vezes eu sinto como se estivesse num filme. Como se não fosse verdade o que estou vivendo.

Sentir humilhação em relação aos clientes e lidar fisicamente com as substâncias nojentas são desencadeadores importantes para a produção de TE. Esses trabalhadores devem mostrar aos clientes sentimentos que eles não necessariamente sentem. Principalmente quando têm que limpar banheiros e

praças de alimentação, lugares de maior contato com substâncias nojentas. Muitos trabalhadores não suportam substâncias nojentas e vomitam quando devem limpar sujeiras de clientes - o que ocorre com bastante frequência em praças de alimentação e banheiros. Muitas vezes, esse tipo de tarefa impede que os trabalhadores consigam almoçar, porque eles sentem nojo e não conseguem nem comer. O corpo do trabalhador responde à emoção de nojo e humilhação que sente diante do que o corpo do cliente lhe deixa como lixo.

Uma estratégia para produzir o TE pode ser a racionalização e a indiferença, como relatou Dominique:

- Um dia tinha um senhor com seu filho e eles foram fazer xixi num vaso e... Todo tipo de coisas passou na minha cabeça naquele momento. Então eu disse: “Senhor, há banheiros no interior!” E ele me olhou como querendo dizer: “E eu com isso?” [...] Às vezes nós sentimos isso, uma falta de respeito. Por exemplo, os engratados que trabalham nos escritórios e que vão fumar lá fora e depois jogam as pontas dos cigarros no chão. Eu acho isso uma falta de respeito, eu nunca disse, mas um dia ainda vou ter coragem de dizer que eu não vou ao escritório deles mijar sobre as mesas, então eu queria mais respeito. [Risos] É meu trabalho, mas eu queria respeito. Eu não vou sujar os documentos deles, eles não deveriam vir sujar minhas plantas e calçada... Eu me sinto exatamente como se eles tivessem vindo mijar nos meus documentos, sabe?

Dominique demonstrou ter realizado o TE quando teve vontade de dizer, mas não disse, “um dia ele vai ter coragem de dizer”... ou seja, um dia ele vai deixar de realizar o trabalho emocional que o impede de ser áspero com os clientes. Ele racionaliza o sentimento de nojo para reduzir sua importância e estabelecer um limite entre a condição de trabalhador e a de não-trabalhador. Ele diz: “É apenas um trabalho. Precisa fazer e pronto. É apenas um trabalho. É preciso viver, é preciso fazer o trabalho. Eu me limito ao meu trabalho. O segredo é não pensar nisso e apenas fazer”.

Na entrevista com Rodolfo, ele descreve situações de enfrentamento do nojo:

- Como é que você faz pra limpar?
 - [Fez gestos] Eu tenho uma luva, um saco plástico, aí eu respiro, conto até dez, tranco a respiração, imagino uma paisagem bem bonita e meto a mão na privada pra tirar aquele papel sujo cagado.
 - Papel sujo de fezes?
 - É, eu não acreditei. As mulheres fizeram isso! Mulher aqui é muito porca. Elas comem no banheiro, é inacreditável, jogam tudo no chão, pedaço de comida, lanche, copinho de suco, tudo.
 - Elas jogam no chão?
 - Ou no chão ou naquela caixinha onde colocam absorvente. São um horror. No primeiro dia foi uma tristeza. Aquela caixinha cheira extremamente mal. No calor então, é um fedor. Tem absorvente sujo, tem te tudo lá dentro. Tem mulher que eu acho que não toma banho, tem dia que só de passar perto daquela caixinha eu sentia aquele cheiro forte. Imagina absorvente sujo como fede! [risos]
 - Mesmo com a caixinha fechada?
 - É, mesmo fechada! Eu tenho que abrir, tampar a respiração, enfiar a mão com a luva e tirar aquilo tudo lá e jogar no saco. Principalmente no calor, aquele cheiro fica impregnado. Nos primeiros dias eu quase vomitei.

- Você já acostumou?
- No começo era pior. Tem muita gente que vomita na praça de alimentação. Tem muita gente que vem bêbada e fica vomitando e tenho que limpar. Teve um dia que um cara tava com dor de barriga e vomitou ao mesmo tempo, é uma situação tão constrangedora, [risos] ele não sabia o que fazia primeiro, aí ele foi vomitar no chão e cagou na porta do banheiro. Graças a Deus não era o meu turno. [...] O cheiro é insuportável. E vômito de bêbado é mais forte o cheiro, porque tem uma coisa que vem do fígado e que tem um cheiro muito forte. [...] Teve um dia que um cara veio de lá e dava 10 passos, vomitava, dava 10 passos, vomitava de novo. Ele foi vomitando na praça de alimentação toda. E eu tive que limpar. Pobre de mim, né? Eu joguei um produto forte com cheiro de limão, aí as pessoas ficavam “ãrg, ãrg”, todo mundo com pena de mim. Os comerciantes estavam com nojo! Foi horrível!

Marie disse que as pessoas que entram nos banheiros são mais esnobes e conversam menos com ela do que quando ela está nas praças de alimentação. E acrescentou: “*Talvez elas pensam que como eu lido com sujeira eu sou suja também.*”

Em diversas situações, trabalhadores de limpeza lidam física e psicologicamente com substâncias nojentas carregadas de significados negativos, humilhação, repulsa. Esses sentimentos são reforçados todos os dias quando interagem com clientes. Eles encontram, no cotidiano de seu trabalho, maneiras de lidar com o sentimento de nojo associado às substâncias deixadas pelos clientes e transmitir a eles sensações de limpeza, higiene, bem-estar. Nesse caso, o TE é intensamente mediado pelo contato sociomaterial com as substâncias repulsivas.

III. A Humilhação

O sentimento de humilhação está diretamente ligado ao nojo de lidar com substâncias repugnantes e sujas deixadas pelos clientes nos banheiros e praças de alimentação. Mas não é só isso. A atividade laboral de limpar *shopping centers* tem todas as características de um trabalho subalterno e penoso (Michel, 2011). Considero trabalho subalterno o que não é exercido como uma escolha pessoal, oferece baixa remuneração, é desempenhado por pessoas de baixa qualificação e escolaridade que devem obediência às ordens e mandos de superiores. “O subalterno é detido na figura de quem depende do seu superior, que, por sua vez, fica entretido na ilusão de não depender de nada e de ninguém (Gonçalves Filho, 2004, p.43)”.

Inspiro-me no conceito de humilhação social desenvolvido por Gonçalves Filho (1998; 2004): “uma modalidade de angústia disparada pelo impacto traumático da desigualdade de classes.” Trata-se de um fenômeno ao mesmo tempo psicológico e político, com aspectos subjetivos e objetivos na organização capitalista da sociedade. Utilizo também as reflexões psicanalíticas de Carreiro (2003) para pensar as relações entre trabalho subalterno e humilhação. A autora afirma que os excluídos e marginalizados têm mais possibilidades de experimentar o sofrimento social “que deixa marcas psíquicas com pouca ou nenhuma visibilidade social (Carreiro, 2003, p.59)”.

Nesse diálogo com Mariola, fica clara a relação emocional e o sentimento de humilhação pelo uso do uniforme de uma profissão rebaixada socialmente:

- Você sai de uniforme de sua casa pra ir trabalhar?
- Sim, para ganhar tempo. Mas eu escondo, eu estou sempre de jaqueta. Quando é verão, eu coloco uma camiseta em cima do uniforme, me sinto melhor assim.

- Você sente vergonha?
- Não gosto. Ninguém me conhece aqui, mas não me interessa, eu não gosto! Eu penso que o uniforme é uma marca, como uma etiqueta, um aviso do que a pessoa faz, do que ela é, é uma marca da diferença.

Marie, por sua vez, declara sentir-se disfarçada de outra pessoa quando usa uniforme, pois a roupa de trabalho corta sua identidade em duas: uma Marie no trabalho, outra fora do trabalho. Segundo minha interpretação, ela sente que o uniforme a rebaixa socialmente a um nível que não é aquele com o qual ela se identifica. Ela se percebe como a Marie quando está fora do trabalho e tirar o uniforme é simbólico desta libertação do ser rebaixado pelo trabalho.

- O que você pensa do teu uniforme de trabalho?
- Eu chamo de disfarce!
- Disfarce? Por quê?
- Porque eu só uso o uniforme para o trabalho. Eu coloco quando chego e tiro antes de sair do shopping. Nunca saio do shopping de uniforme. Porque sem uniforme eu sou a Marie. No trabalho eu sou outra pessoa. Eu não sou a Marie no trabalho! Eu não gosto de levar meu trabalho pra casa, então eu não vou pra casa de uniforme. Quando eu vou sair, eu me corto, sabe? Eu tiro o uniforme. Por isso que eu digo que meu uniforme é meu disfarce.
- Você acha que o uniforme afeta tuas emoções no trabalho?
- Claro. Porque o uniforme reflete o que você faz. Uma enfermeira usa um uniforme branco, você sabe que é uma enfermeira. Nosso uniforme faz as pessoas associarem com o lado negativo, inferior de nosso trabalho, sabe?

É humilhante também, para estes trabalhadores, terem um espaço feio, sem boas condições, reservado a eles no interior do *shopping*, na parte escondida que ninguém vê. Num *shopping* de Canadá e num do Brasil, tive acesso a estas áreas restritas aos funcionários e vi vestiários, refeitórios e depósito de material - às vezes isso está tudo num mesmo lugar. No Brasil, quando entrei no vestiário feminino das faxineiras, senti muito calor e abafamento, pois há todo um espaço utilizado pela empresa terceira no shopping que não tem janelas nem ar condicionado. Quando cheguei, tinha 3 funcionárias se arrumando que disseram: “*Aqui é quente como o inferno!*”

Outro fator bastante importante em relação ao sentimento de humilhação apareceu com mais ênfase no depoimento dos trabalhadores brasileiros: a humilhação causada pelos supervisores. Na hierarquia, há elementos de relações conflituosas geradas pelo sentimento de rebaixamento, o que me remete a Sirota (2008) quando explica que a humilhação é uma manifestação perversa aliada à intenção de desqualificar o outro, mas afirma que “nem toda conduta perversa emana de um sujeito perverso. Não é perverso quem quer. [...] Talvez esteja impregnado por uma cultura hierárquica que aprendeu a utilizar (SIROTA, 2008, p.559).”

III. Uma compreensão sociomaterial do trabalho emocional

Procuro defender a ideia de que o conceito de TE deve ser ampliado. Dão sustentação a essa tese tanto as teorias sobre sociomaterialidade quanto a pesquisa empírica realizada.

O TE é um conceito que mostra que na relação entre trabalhador e cliente há uma exigência extra aos trabalhadores de, além de realizarem suas tarefas corretamente, não manifestarem aos clientes seus sentimentos genuínos. Implica, então, em pensar num controle das emoções no trabalho em

benefício dos clientes. No caso dos trabalhadores de limpeza de *shopping centers*, percebemos que esse controle das emoções deve se dar não apenas na relação direta com o cliente, mas também numa relação indireta mediada por substâncias repugnantes deixadas pelos clientes.

Procuro examinar em que as significações, emoções e sensações são, num contexto de TE, questão de materialidade. Optei focar na teoria sociomaterial dos objetos (Dale, 2005; Law & Mol, 1995; Miller, 1998; Orlikowski, 2007) com o objetivo de compreender a influência que os objetos exercem sobre o fenômeno do TE. É a partir dessas substâncias mediadoras nas relações emocionais dos trabalhadores com os clientes que penso na teoria da sociomaterialidade, a qual se refere à sociabilidade dos objetos, seu poder de mediar e constituir as interações sociais, práticas e experiências. Assim, o TE é produzido não apenas por interações sociais, mas também por objetos materiais, corpos e arquiteturas que mediam essas interações. É uma perspectiva teórica que sustenta uma relação não dualista entre dimensões materiais e sociais. De fato, todo fenômeno social é também material e vice-versa. Materialidade, assim, se refere a objetos naturais ou físicos que estão imbuídos em cultura, linguagem, sentido, imaginação, subjetividade e memória (Dale, 2005).

A sociomaterialidade é a perspectiva da materialidade do social, ou seja, não existe material que não seja social da mesma forma que não existe social que não seja material. “A materialidade não se resume às coisas, à matéria do mundo [...]. A materialidade é impregnada de cultura, de linguagem, de imaginação, de memória; ela não pode ser reduzida a simples objeto ou à pura objetividade” (Dale 2005, p.652). A sociomaterialidade analisa a materialidade subentendendo que o significado de cada objeto se constrói e se reconstrói por meio da dinâmica da vida social.

IV. O trabalho emocional em dois atos

O TE, ainda que seja finalizado realmente no contato com o cliente, pode ser desencadeado no contato com a materialidade, sem que o contato direto com o cliente seja necessário. Assim, novos olhares para a teoria de TE podem ser dados, considerando que ele se realiza, no caso destes trabalhadores estudados, em dois momentos distintos, mas interdependentes:

a) Num momento 1 (M1), estes trabalhadores limpam vômitos, por exemplo, fezes e restos de comida nas mesas, sem necessariamente ter contato com os clientes. Durante o M1, as substâncias e os lixos mostram aos trabalhadores que eles terão que efetuar o TE quando encontrarem os clientes que são os “autores” dessa sujeira.

b) Durante o momento 2 (M2), quando eles e os clientes se encontram, o TE deve ser efetuado de maneira a que os clientes não percebam o nojo e a repulsa sentidas. No M1, quando se tem que tratar com a sujeira e o lixo, estes trabalhadores sentem o nojo e a cólera porque os clientes deixaram os banheiros ou as mesas sujas – o que é percebido por eles como falta de respeito. No M2, quando encontram com os clientes, devem se mostrar gentis e educados mesmo quando não se sentem respeitados ou quando eles associam mentalmente e emocionalmente estes clientes à sujeira que eles tiveram e tem que limpar todos os dias.

As substâncias repugnantes constituem elementos sociomateriais em relação com a demanda (M1) e a execução (M2) do TE. Inspirada em Pels et al. (2002), posso analisar de maneira crítica que 1) durante o M1, estes trabalhadores vão experimentar um processo de fetichismo, de modo que estas substâncias nojentas adquiram forma humana: é a personalização das coisas e, 2) no M2, eles vão experimentar uma reificação ou uma justaposição do humano ao objeto: a coisificação das pessoas.

Posso concluir que a relação entre trabalhadores de limpeza e clientes é mediada pela sujeira dos clientes deixada nos banheiros e praças de alimentação e que estes trabalhadores são obrigados a limpar, driblando sentimentos de nojo e de repulsa. O TE permite a relação sociomaterial em dois momentos: o M1 (fetichismo), quando trabalhadores encontram a sujeira e o M2 (reificação), quando

trabalhadores encontram os clientes. Nesse sentido, a caracterização do TE precisaria ser ampliada de modo a incluir todos os trabalhadores de serviços que lidam com as substâncias deixadas pelos clientes - com quem interagem direta e/ou indiretamente.

V. Considerações finais

Nesse artigo, selecionei dois núcleos analíticos para apresentar algumas considerações teóricas. Estes núcleos analíticos - o trabalho emocional aliado ao nojo e a humilhação - são apresentados de forma separada apenas para efeito didático da análise, mas no cotidiano de trabalho são fenômenos que se entrelaçam, juntamente com outros como o controle e o uso dos espaços, por exemplo.

Alguns poucos autores vem colaborando para o campo de estudos qualitativos que engloba trabalho e emoções, principalmente no que tange à questão do nojo, da penosidade e da humilhação³. Futuras pesquisas com essa nova abordagem aqui proposta podem e devem ser feitas a fim de verificar sua validade. No setor de serviços, a mediação que a matéria realiza entre trabalhadores e clientes ou pacientes representa um terreno fértil para explorar esta nova abordagem de TE.

Considerar as emoções como construções sociais requer a inclusão de aspectos materiais de forma mais ampla do que apenas considerar expressões corporais ou faciais. Se faz sentido pensar nos momentos M1 e M2 que permeiam a demanda por *performance* de TE, o nojo vivido cotidianamente pelos limpadores de banheiros e praças de alimentação de *shopping centers* pode ser analisado como um importante elemento da sociomaterialidade a ser trazido para a compreensão da realização do TE, mesmo em situações em que o trabalhador não se encontra face-a-face ou voz-a-voz com os clientes. Assim, defendendo a tese de que a necessidade de realizar TE pode derivar do contato com a materialidade produzida por clientes, sem necessariamente requerer um contato direto com eles (M1). A *performance* do TE é concluída no contato com o cliente, quando o trabalhador deve “usar a máscara”, administrar seus sentimentos de raiva, nojo, rejeição, para não xingar ou destratar um consumidor que deixou substâncias sujas e nojentas para traz (M2).

Posso concluir que o TE ocorre em dois momentos distintos: o momento da demanda e o momento da execução. Esta distinção temporal-espacial só pode ser feita a partir da compreensão de que os aspectos sociomateriais são centrais quando se trata de “sentir corretamente” as emoções no trabalho.

VI. Referências

- ANGYAL, A. (1941). Disgust and related aversions. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 36, 393-412.
- ANSART, P. (2005). As humilhações políticas. In: MARSON, I.; NAXARA, M. (Orgs.), *Sobre a humilhação: sentimentos, gestos, palavras*, Uberlândia: EDUFU.
- BEAU, S.; WEBER, F. (1997). *Guide de l'enquête de terrain*. Produire et analyser des données ethnographiques, Paris : Editions La Découverte.
- CARRETEIRO, T. C. (2003). Sofrimentos sociais em debate. *Psicologia USP*, 14 (3).

³ Cf. principalmente Costa (2004) e Corteel & Le Lay (2011).

- CETINA, K. K. (1997). Sociality with Objects: Social relations in Postsocial Knowledge Societies. *Theory, Culture & Society*, 14(4), 1-30.
- COSTA, F.B. (2004). *Homens Invisíveis: relatos de uma humilhação social*, São Paulo: Globo.
- DALE, K. (2005). Building a Social Materiality: Spatial and Embodied Politics in Organizational Control. *Organization*, 12(5), 649-678.
- ENGESTRÖM, Y.; BLACKLER, F. (2005). On the Life of the Object. *Organization* 12(3), 307-330.
- GONÇALVES FILHO, J.M. (1998). Humilhação social: um problema político em psicologia, *Psicologia USP*, São Paulo, 9 (2).
- GONÇALVES FILHO, J.M. (2004). Prefácio: A invisibilidade pública, In: COSTA, F. B. (2004). *Homens invisíveis: relatos de uma humilhação social*, São Paulo: Globo.
- GRAYSON, K. (1998). Customer responses to emotional labour in discrete and relational service exchange. *International Journal of Service Industry Management*, 9, 126-154.
- GROVE, S. J.; FISK, R. P. (1992). The Service Experience as Theater. *Advances in Consumer Research*, 19, 455-461.
- HARRÉ, R. (1986). *The social construction of emotions*. Oxford, Basil Blackwell.
- HOCHSCHILD, A. R. (1979). Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. *The American Journal of Sociology*, 85(3), 551-575.
- _____. (1983). *The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, University of California Press.
- _____. (2003). Travail émotionnel, règles de sentiments et structure sociale. *Travailler*, 1(9), 19-49.
- HUBERMAN, A. M.; MILES, M. B. (1991). *Analyse des données qualitatives*. Recueil de nouvelles méthodes. Bruxelles, De Boek-Wesmael.
- JONES, M. O. (2000). What's Discusting, Why, and What Does It Matter? *Journal of Folklore Research*, 37(1), 53-71.
- LAW, J.; MOL, A. (1995). Notes on materiality and sociality. *The Sociological Review* 43(2), 274-294.
- LHUILIER, D.; COCHIN, Y. (1999). *Des déchets et des hommes*, Paris : Desclée de Brouwer.
- MACDONALD, C. L.; SIRIANNI, C. (1996). The Service Society and the Changing Experience of Work. In: MacDonald, C. L.; Sirianni, C. (Eds.) *Working in the Service Society*. Philadelphia: Temple University Press.

- MICHEL, F. (2011). Quand tout un univers prend sens dans son rapport à la pénibilité de la tâche. Étude d'une entreprise privée d'éboueurs en Belgique. In: CORTEEL, D.; LE LAY, S. (Orgs)., *Les travailleurs des déchets*, Toulouse : Érés.
- MILLER, D. (1998). *Material cultures. Why some things matter*. Chicago, The University of Chicago Press.
- NICOLINI, D. (2009). Zooming In and Out: Studying Practices by Switching Theoretical Lenses and Trailing Connections. *Organization Studies*, 30(12), 1391-1418.
- ORLIKOWSKI, W. J. (2007). Sociomaterial Practices: Exploring Technology at Work. *Organization Studies*, 28(9), 1435-1448.
- _____. (2010). The sociomateriality of organisational life: considering technology in management research. *Cambridge Journal of Economics*, 34(1), 125-141.
- ORLIKOWSKI, W. J.; SCOTT, S. V. (2008). Sociomateriality: Challenging the Separation of Technology, Work and Organization. *The Academy of Management Annals*, 2(1), 433-474.
- PADILHA, V. (2006), *Shopping center, a catedral das mercadorias*, São Paulo: Boitempo.
- PADILHA, V. (2011a), O trabalho precarizado de faxineiros(as) terceirizados de shopping centers. *XXVIII CONGRESSO INTERNACIONAL DA ALAS* (Associação Latino-Americana de Sociologia), 6 a 11 de setembro de 2011, UFPE, Recife-PE, Brasil.
- PADILHA, V. (2011b), A realidade do trabalho subalterno de limpeza em shopping center, *Perspectivas*, São Paulo, v. 39, 75-98, jan./jun. 2011.
- PADILHA, V. (2013), A demanda por trabalho emocional diante do nojo: um estudo com trabalhadores de limpeza de *shopping centers*. In: LIMA, J. C. (Org.), *Outras sociologias do trabalho: flexibilidades, emoções e mobilidades*, São Carlos: EdUFSCar.
- PELZER, P. (2002). Disgust and organization. *Human Relations*, 55(7), 841-860.
- PELS, D. et al. (2002). The Status of the Object: Performances, Mediations, and Techniques. *Theory, Culture & Society*, 19(1), 1-21.
- ROZIN, P.; FALLON, A. E. (1987). A perspective on disgust. *Psychological Review*, 94, 23-41.
- SITOTA, A. (2008). Humilhação social: uma reflexão sob o ponto de vista psicanalítico. *Estudos de Psicologia*, Campinas, 25 (4), out./dez. 2008.