

Trabalho, estigmas e trapaças: a profissão do mecânico automotivo

Laura Senna Ferreira - UFSM

RESUMO

Este artigo versa sobre o problema da atribuição de representações negativas, conferidas a determinadas ocupações. Investigou-se o caso dos mecânicos automotivos da cidade de Porto Alegre (RS), de modo a compreender a relação entre trabalho e estigma no âmbito do ofício. Com essa finalidade, buscou-se conhecer a constituição da profissão e as transformações pelas quais tem passado, em decorrência dos processos de reestruturação da indústria da reparação automotiva. A partir de pesquisa de campo empírica foi observado de que maneira as características que envolvem a constituição e desenvolvimento do setor favorecem a formação e reprodução de afigurações depreciativas acerca do ofício de mecânico.

Palavras-chaves: Trabalho. Estigma. Mecânico. Indústria da reparação automotiva.

ABSTRACT

The aim of this article is consider the problem of negative representations attributed to certain occupations. The study investigates the case of auto mechanic from Porto Alegre (RS) as a way to know the relationship between work and stigma within the trading category. Since such purpose, it reflections look for knowing the profession constitution and the changes that it has passed as result of restructuring of the car industry. Based on empirical research it was observed the way that features that involve the sector formation and development tend to the conformation and reproduction of derogatory representation concerning the mechanic trade.

Keywords: Work. Stigma. Mechanic. Automotive repair industry.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo analisará a relação entre trabalho e estigma no âmbito de uma categoria de ofício. Trata-se de estudar o caso dos mecânicos automotivos, no contexto de constituição e transformação da ocupação.

O ofício de mecânico posiciona-se de forma subalterna na hierarquia da divisão social do trabalho, lidando com o estigma do trabalho manual e da desconfiança. Ao mesmo tempo, a ocupação possui uma aura de atividade desempenhada por quem tem um conhecimento particular acerca das tecnologias automotivas.

As “marcas” do ofício apresentam-se no corpo desses sujeitos (como graxa, que é uma espécie de tatuagem que nunca desaparece totalmente), as quais revelam não apenas a atividade que desempenham, mas expressam atitudes, identidade(s) e posições de classe. As representações negativas associadas à profissão recaem, por conseguinte, na classe que predominantemente ocupa-se dela, que não raro é associada à inferioridade intelectual, social e moral.

De modo a tratar tais questões, o presente estudo abrange uma análise direcionada aos mecânicos de oficinas independentes e oficinas concessionárias da cidade de Porto Alegre (RS). A pesquisa baseou-se em investigação documental, etnográfica e entrevistas, realizadas entre os anos de 2010 e 2013, cujo enfoque foi abordar o ofício dos mecânicos em suas diferentes conexões sociais.

O presente artigo está dividido em três seções. Na primeira indica-se o referencial teórico que serviu de base ao estudo. A seguir, consideram-se os elementos que constituem os estigmas da ocupação. Por fim, abordam-se os aspectos que compõem a imagem das oficinas como espaço de trapaça e de que maneira os mecânicos experienciam e reelaboram tais definições depreciativas.

2. ESTIGMA E DIVISÃO SÓCIO TÉCNICA DO TRABALHO

Os gregos criaram o termo estigma para se referirem aos sinais do corpo que evidenciavam status moral, como no caso do escravo, criminoso e traidor. Uma pessoa marcada era considerada poluída e devia ser evitada, para que não “contaminasse” a sua companhia. Na Era Cristã, a expressão passou a estar associada, dentre outros, as pessoas com distúrbios mentais. No passado, tal como nos dias de hoje, a noção de estigma é empregada para definir algum tipo de desgraça e desvantagem social (GOFFMAN, 1982).

O estigmatizado tem um atributo/defeito diferente dos outros e menos desejável. É uma pessoa indigna e diminuída, que cai em descrédito, devido aos seus traços considerados depreciativos. Aquele que possui um estigma não é totalmente humano. É uma “não

pessoa” e não existe por completo. Está sujeito a uma série de discriminações que reduzem sua chance de vida, colocando-o numa situação de inferioridade.

“O indivíduo estigmatizado tende a ter as mesmas crenças sobre identidade que nós temos” (GOFFMAN, 1982, p.16), fazendo com que, muitas vezes, concorde que ficou abaixo do que deveria, o que comumente leva ao surgimento da vergonha e autodepreciação.

Ele teme o ridículo e o desprezo, sentimentos que indicam essa estreita “unidade eu-outro, normal-estigmatizado” (GOFFMAN, 1982, p.142). Consciente do seu “eu precário, sujeito ao insulto e ao descrédito” (GOFFMAN, 1982, p.146), o portador de um estigma manipula informações a seu respeito, visando controlar a tensão social e encobrir sua verdadeira identidade. Há uma preocupação da sua parte em reter segredo acerca da sua condição, de modo a manter as aparências e reputação. Dessa forma, o indivíduo manipula sua identidade pessoal e social, representando uma determinada “fachada”.

A “fachada... é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (GOFFMAN, 1985, p.29). Entre os aspectos que a compõe cita-se: sexo, idade, características raciais, expressões faciais, padrões de linguagem, gestos corporais, vestuário, entre outros. Todos nós aprendemos a desempenhar papéis e a sustentar uma determinada “definição da situação”, que precisa ser cotidianamente mantida. “Ações que parecem ser feitas sobre objetos tornam-se gestos dirigidos ao público. O curso da atividade torna-se dramatizado” (GOFFMAN, 1985, p.230).

Goffman tratou das formas cotidianas, nas quais a vida segue seu curso. Seus estudos são particularmente relevantes, no que tange à compreensão dos estigmas sociais, como aqueles associados às ocupações, que considerou uma dimensão importante na construção da identidade social, sem, contudo, realizar pesquisas específicas sobre a questão. Adiante, valendo-se da noção de estigma, outros autores vão associá-la ao posicionamento dos sujeitos na hierarquia da divisão social do trabalho, quando evidencia-se que essa posição não comunica apenas o lugar dos homens na estratificação sócio técnica das ocupações, mas serve igualmente de matéria-prima para classificações valorativas que versam sobre a condição social do sujeito como um todo.

Conrad Saunders (1981) foi um dos autores cruciais na conexão entre estigma e trabalho. Para ele, as chances de menor ou maior sucesso de um indivíduo estão associadas a determinadas ocupações, algumas das quais são mais sujeitas a avaliações depreciativas do que outras.

Conforme Saunders (1981), as seguintes características marcam os trabalhos estigmatizados: baixo status, baixos salários, ausência de projeção de carreira, pouca escolaridade, carência de representação coletiva, indignidade e vergonha. O público projeta em relação às ocupações depreciadas uma imagem de fracasso, o que é particularmente degradante em

uma sociedade na qual o trabalho é substancial na composição da identidade dos sujeitos e os homens são julgados pelo trabalho que fazem. Ao atribuir uma baixa avaliação a certas categorias laborais, a sociedade rebaixa a posição social do sujeito como um todo, transformando-o em cidadão de segunda ordem.

Historicamente tem ocorrido uma correspondência entre situação de classe e as ocupações e profissões mais ou menos prestigiadas. Na maioria das vezes as classes populares tem se ocupado dos trabalhos subalternos que são, predominantemente, os manuais e mais estigmatizados. Com respeito a essa divisão, Bonalyn Nelsen (1998, p.68) considera: “O trabalho manual envolve a manipulação de objetos físicos e materiais; é prático, físico e frequentemente sujo. Tal tipo de trabalho é considerado degradante pelas classes superiores e tem sido relegado à classe trabalhadora” (Tradução nossa).

O trabalho intelectual e manual, apesar de nunca se apresentarem separados, possuem objetos distintos. O primeiro está associado às abstrações, conceitos, direção, projetos e, o segundo, aos objetos materiais do próprio processo de trabalho. Conforme Dermeval Saviani (1994, p.162), desde a antiguidade,

a formação dos que necessitam trabalhar, isto é, produzir diretamente os meios de existência, se dava no próprio processo de trabalho, ao passo que a formação dos que não necessitavam produzir diretamente os meios de vida se dava fora do trabalho, num espaço e tempo próprios, definidos como escola. Portanto, os primeiros se educam fora da escola; os segundos, na escola.

Em diferentes sociedades o emprego do escravo “para a execução de atividades artesanais e de manufatura acabou criando a representação de que todo e qualquer trabalho que exigisse esforço físico e manual consistiria em um ‘trabalho desqualificado’” (MANFREDI, 2002, p.71). Assim, reforçam-se as representações negativas acerca das artes mecânicas.

No caso do Brasil colônia e imperial, as chamadas “atividades mecânicas” **não tinham prestígio**. Luiz Antônio Cunha (2000, p.90) localiza na história escravista brasileira a principal razão pelo desprezo construído em relação aos ofícios, pois afirma que:

Desde o início da colonização do Brasil, as relações escravistas de produção afastaram a força de trabalho livre do artesanato e da manufatura. O emprego de escravos como carpinteiros, ferreiros, pedreiros, tecelões etc., afugentava os trabalhadores livres dessas atividades, empenhados todos em se diferenciar do escravo, o que era da maior importância diante de senhores/empregadores, que viam todos os trabalhadores como *coisa sua*. Por isso,

dentre outras razões, as corporações de ofícios (irmandades) não tiveram, no Brasil Colônia, o desenvolvimento de outros países.

Na colônia e no império, os mestres ensinavam ofícios a escravos para que não precisassem pagar salários. Era comum, portanto, a existência de escravos artífices e a prática de alugar escravo artesão. Destarte, o trabalho manual passava, definitivamente, a ser “coisa de escravo” e ser um homem livre significava, na época, distanciar-se o mais longe possível do que o escravo fazia. Estar associado à atividade prática e manual envolvia forte desvalorização social:

Com efeito, numa sociedade onde o trabalho manual era destinado aos escravos (índios e africanos), essa característica “contaminava” todas as atividades que lhes eram destinadas, as que exigiam esforço físico ou a utilização das mãos. Homens livres se afastavam do trabalho manual para não deixar dúvidas quanto a sua própria condição, esforçando-se para eliminar as ambigüidades de classificação. Aí está a base do preconceito contra o trabalho manual (CUNHA, 2000, p.90).

Consolida-se, assim, a divisão entre trabalhadores intelectuais e manuais ou, em certo sentido, entre os homens de ofício e os homens das profissões.

A direção impressa ao desenvolvimento das profissões esteve sob o controle das elites que tinham acesso ao conhecimento elaborado e nutriam um profundo desprezo por quaisquer atividades comerciais e mecânicas. As elites impuseram o diploma – “carta de distinção social” (DINIZ, 2001) - não apenas como prova de conhecimento técnico, mas como forma de exclusão social dos “práticos”, evitando ao máximo a generalização do acesso aos graus escolares que pudessem baratear “o valor social dos diplomas” (COELHO, 1999, p.254). Sob o argumento da ciência e do desprendimento às relações mercantis, as elites brasileiras utilizaram (e utilizam) o diploma e a escassez de acesso a ele para se distinguirem, criando hierarquias e um determinado padrão de relações sociais.

Desta maneira aprofundam-se distinções com respeito às posições sociais dos sujeitos na divisão sócio técnica do trabalho, o que irá representar muito mais do que uma participação na esfera produtiva, posto que tanto o acesso a benefícios e direitos como o status social estarão estreitamente vinculados ao trabalho exercido pelos homens em sociedade.

3. DA CONSTRUÇÃO DAS REPRESENTAÇÕES NEGATIVAS SOBRE O OFÍCIO DE MECÂNICO

Os mecânicos são comumente representados como uma espécie de “contra progresso” que ameaça a racionalidade da cadeia automotiva, que se supõe ser uma das mais modernas das indústrias, desde o século XX. Essas afigurações negativas envolvem elementos, tais como: falta capacidade cognitiva; rusticidade; não sabe falar direito; obstinado por mulheres; sujo e mal arrumado; desonesto, entre outros.

Essas suposições se baseiam, sobretudo, na posição desses sujeitos na divisão social do trabalho e empregam imagens aviltantes para classificar a atividade do grupo como inferior, criando, assim, uma série de dramas para quem vive ante as marcas da desclassificação social. Sobre os mecânicos, cuja atividade é entendida como “trabalho sujo” e “pesado”, pairam os medos e desconfianças atribuídos às “classes perigosas”, das quais, frequentemente, esperam-se comportamentos imorais.

Os mecânicos reconhecem a existência dessas classificações. Nos relatos, as empresas concessionárias são, em parte, responsabilizadas pela imagem preconceituosa construída, principalmente, contra os mecânicos de oficinas independentes, pois os mesmos são representados, em mídias corporativas, como grotescos, ignorantes e trapaceiros¹. Em crítica a essas campanhas publicitárias, o presidente do Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios (SINDIREPA-RS, 2011) considera:

Se nós quisermos entrar numa briga, nós vamos dizer que muitas vezes a autorizada não consegue fazer um determinado serviço, apela para gente. A gente faz e depois eles cobram do cliente, dizendo que as oficinas dela é que faz e foi feito num independente. Geralmente o independente é uma pessoa que é tão preparado, ou mais, que os funcionários de uma oficina de revenda.

Com o propósito de posicionar-se melhor no mercado, a concessionária destaca as vantagens que decorrem da sua proximidade com a montadora. Nesse particular, um dos interlocutores assegura: “eu tenho uma central de engenheiros em São Paulo, são dez engenheiros que eu só ligo pro 0800, aí eles me ajudam por telefone” (Chefe de oficina, concessionária, 2011).

Apesar das disputas, estabelecem-se práticas de cooperação entre concessionárias e independentes, como é o caso dos cursos e palestras que têm como objetivo fidelizar as oficinas paralelas à compra de peças originais vendidas no balcão da concessionária².

¹ Sobre uma dessas mídias Cf.: <https://www.youtube.com/watch?v=qQvIv6WmHpE>; <https://www.youtube.com/watch?v=O6-5hS3odt4> (acesso em fevereiro, 2015).

² Conforme afirmação de responsável pelo pós-venda de uma autorizada: “Temos ciência do papel importante do reparador, pois é ele quem cuida do carro quando sai do período de concessionária”. Disponível em: <http://noticiasdaoficina.com.br/> (acesso em agosto, 2011).

Formas de cooperação também surgem da parte das montadoras. Nesse circuito, de acordo com o proprietário (2011) de uma oficina autorizada que presta serviço para a concessionária,

se a oficina independente trabalhar bem no carro deles, o carro vai ter uma boa aceitação. Depois, se eles fizerem um mal serviço, quem é o culpado? A fábrica de carros. O carro que não presta, não é o mecânico que fez o serviço errado... agora só vende bem carro quem tem um bom pós-venda. O que é um bom pós-venda? É uma boa assistência técnica... Enquanto mecânico, qual é o carro que eu vou recomendar? É aquele que eu conheço mais o funcionamento e posso fazer um atendimento melhor... porque hoje se a montadora tivesse que dar atendimento a todos os carros que ela vende, ela não teria condições. Então, ela viu isso e decidiu abrir para a oficina independente, dar informação para que ela possa fazer um bom pós-venda e possa falar bem da marca. Porque o mecânico, além de ser o homem de confiança do proprietário de veículo, ele é um formador de opinião... Por isso a GM, por exemplo, está lançando agora um jornal informativo só para o mercado independente.

Apesar desta nova orientação no pós-venda, ainda é corrente a associação do trabalho do mecânico com atos de “picaretagem” e trapaças que lesam os clientes, o que é um tipo de estigmatização que ocorre mesmo no interior da própria categoria. Todos concordam que é fácil lograr o cliente - “cliente não lê nem o manual do carro” (L.R, 2010)³. Nesse universo, um dos interlocutores considera o que segue sobre o mecanismo das trapaças:

Agora, na profissão, eu tô vendo o quanto tem gente desonesta... O cliente vem, é um parafuso só, [mas] eles já vêm criando trabalho, criando defeito, só pra comer o dinheiro do cara e, às vezes, o cara leigo, não entende nada... o cliente às vezes acha que vai ter que fazer um serviço e eu digo que não precisa. E eu começo a ganhar cliente por causa disso aí. Eu sou honesto, eu deixo de ganhar dinheiro, aí os caras: “tu é burro cara”. Mas eu ganho o suficiente pra mim viver. Não preciso tá logrando a pessoa (M.P, 2011).

As trapaças abrangem um leque de possibilidades: “inventar defeitos”; tirar gasolina do carro; roubar pertences esquecidos no veículo; passear com o automóvel; pintar e limpar a peça e dizer que colocou nova; cobrar dobrado o preço do serviço e/ou da peça; cobrar caro e simular desconto, entre outros.

³ Ao longo do artigo serão indicadas entre parênteses as iniciais dos nomes dos mecânicos e das oficinas.

Na oficina, embora todos possam ser vulneráveis, as mulheres⁴ e aqueles clientes com recursos e arrogantes, que simulam entender do assunto, o que é frequente da parte dos homens, podem ainda mais sofrer as extorsões mencionadas.

O preço diferenciado pelos mesmos serviços sugere, igualmente, que, no caso das oficinas independentes, a posição de classe do cliente é considerada na “produção do preço”. Assim, a sentença - “a gente sabe quando o cliente pode pagar” -, é bastante corrente entre os mecânicos.

Para atenuar o infortúnio das trapaças tem surgido o mercado das certificações. A certificação objetiva tanto formular indicadores de competência e controlar a entrada na ocupação quanto amenizar a desconfiança dos clientes. Sobre o seu papel afirma-se:

associada à aprendizagem formal, tais como diplomas, certificados e livros de referência, tem sido assumida como símbolo tangível de inteligência e competência. O trabalho do técnico automotivo requer considerável qualificação e expertise, mas seu conhecimento é adquirido tipicamente na prática do trabalho e através da formação e aprendizagem profissional... Porque são poucos os sinais que se referem às competências formalmente aprendidas, dúvidas sobre a habilidade técnica do mecânico podem surgir na mente dos clientes (Tradução nossa, NELSEN, 1998, p.143).

Além dos aspectos associados às trapaças, vários elementos são combinados para compor a “má fama” dos mecânicos. Contudo, expressões que hoje são consideradas estigmas, já foram cultuadas como parte do “estilo do ofício”: “antigamente, quanto mais sujo tu era, tu era o melhor mecânico. Aquele macacão bem sujo... Tu era o melhor mecânico” (M.M, 2010).

Antigamente, quando eu comecei, você ia na oficina, e se não tivesse dez cartazes de mulher pelada, o dono todo sujo, todo engraxado, graxa até por dentro dos olhos, não tava bom... Mulher não queria nem ver oficina... se a gente não usasse um macacão bem sujo parece que não tava bom (A.A, 2011).

Ainda hoje, alguns fazem questão de comportarem-se de acordo com os estereótipos negativos associados ao ofício. É como se o ingresso na atividade representasse incorporar determinados símbolos de masculinidade e rusticidade: unhas e mãos engraxadas, uso da força na condução das atividades, contar piada, linguagem sexualizada, dentre outros.

⁴ No sentido de superar a “ignorância feminina”, em Porto Alegre, uma empresa da área de reparação automotiva promove cursos de mecânica básica para mulheres, ministrado pela famosa Helena Deyama, piloto de *rally cross country*. Sobre o curso, uma das participantes afirma: “fazer o curso foi bom para não ser mais enganada pelos mecânicos”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=N041UijAX8A> (acesso em janeiro, 2013).

Tais representações estão para além do cotidiano da oficina. Elas transpassam o imaginário social e circulam pela mídia, como é possível observar nos personagens que representam uma espécie de “bom selvagem” sensual, das novelas da Rede Globo⁵. Os sujeitos reais, também são estigmatizados como uma espécie de “mau selvagem” imoral, representados nas inúmeras reportagens⁶ sobre fraudes em oficinas envolvendo atividades criminosas⁷ e/ou lesão aos clientes, especialmente, mulheres⁸. Tais elementos contribuem para reforçar a imagem do mecânico como trapaceiro.

Da parte desses, indica-se que, em certos aspectos, as empresas da cadeia da reposição de autopeças são responsáveis pelas negatividades ligadas à ocupação. Ao longo dos anos, elas cultivaram o retrato do profissional da área como o “selvagem, sexualizado e ignorante”, que hoje as propagandas e novelas ainda reproduzem.

A COFAP⁹ era uma que largava aqueles *outdoors* de mulher pelada... um dia numa palestra, eu disse assim: Se vocês não gastassem dinheiro nisso aí, e destinassem esse dinheiro pra criar informação pra nós, vocês podem ter certeza que a oficina ia ser uma outra coisa, porque vocês consideram em primeiro lugar o seguinte, é que todo o mecânico é ignorante... mas nem todo mecânico é ignorante. Mecânico não é tarado. Mecânico tem família, tem filho, tem filha... Todas as empresas que eu meti-lhe o pau também nunca mais mandaram cartaz, sumiu¹⁰ (P.V, 2011).

⁵ Referem-se aos personagens mecânicos, tais como: Pascoal, em *Belíssima* (Silvio Abreu, 2005); *Marcha Lenta*, Dagmar, Zidane e Apolo, em *Duas Caras* (Aguinaldo Silva, 2007); Raí, em *Quatro por quatro* (Carlos Lombardi, 1994); Paulão, em *A Grande Família* (série de TV brasileira, no ar desde 2001); Heitor, em *Sol de Verão* (Manoel Carlos, 1982), entre outros.

⁶ Sobre a questão, na cidade de Brasília, o carro da reportagem da Globo percorre quatro oficinas e obtém os seguintes orçamentos: 1º R\$ 260,00; 2º R\$ 938,00; 3º R\$ 1.182,00; 4º 2.100,00. Frente ao caso, o engenheiro automobilístico da UnB recomenda que se procure a “oficina de confiança”. E o apresentador do *Jornal*, o jornalista Renato Machado, complementa: “a gente fica a mercê das oficinas”. Fonte: *Jornal da Globo* (em 09-09-2010).

⁷ Repetidamente as notícias demonstram que as oficinas independentes são os espaços onde operam a maior parte dos mercados ilegais ligados aos automóveis, seja esse das peças de carros roubados compradas em ferro velho ou outros mercados paralelos, seja através da indústria da clonagem, que precisa das oficinas mecânicas para alterar os veículos. Sobre a participação das oficinas na indústria da clonagem, a reportagem apresentada pela Globo, no *Fantástico*, em 17-05-2009, demonstra a maneira que as reformas são feitas nos automóveis. A reportagem ocorre em Porto Alegre, uma das cidades onde mais são registrados casos como esse. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=X9ztVJdsgys> (acesso em janeiro, 2013).

⁸ Sobre isso, o *Jornal Hoje* (Rede Globo) exibe reportagem para demonstrar o quanto o mecânico muda o orçamento do serviço quando a cliente é mulher. Reportagem assistida pela autora em 08-07-2011.

⁹ COFAP foi uma fábrica de autopeças que teve origem em uma oficina mecânica de São Paulo. Disponível em: <http://www.mmcofap.com.br/> (acesso em fevereiro, 2011).

¹⁰ Os calendários podem até ter “sumido”, mas a ideia se reproduz de outras maneiras. Nesse sentido, por exemplo, ocorreu, em uma oficina, o ensaio fotográfico da funkeira Taty Gomes, que posou para a revista *Playboy* (Edição Especial - Outubro, 2010), reforçando a ideia do espaço da oficina como lugar masculino e sexualizado. Disponível em: <http://extra.globo.com/lazer/sessao-extra/posts/2009/10/10/com-pai-dono-de-oficina-taty-faz-festa-dosmecanicos-230853.asp> (acesso em fevereiro, 2011). Nessa mesma associação, Andressa Soares, conhecida como Mulher Melancia, foi capa da Revista *Sexy*, edição do mês de julho de 2011, e o ensaio aconteceu em uma oficina. Disponível em: <http://famaosfera.com.br/mulher-melancia-na-capas-e-no-recheio-da-revista-sexy/> (acesso em julho, 2012).

Tais afigurações transformam o mecânico em uma natureza incivilizada¹¹. Todavia, a maioria dos interlocutores desta pesquisa recusa esse lugar comum de rusticidade, sexualidade e ignorância, destacando a dimensão cognitiva e inteligente da atividade que exercem.

Na sociedade brasileira, a associação do trabalho manual com o trabalho escravo (CUNHA, 2000) e o medo de “contaminação” pela subalternidade da ocupação, explica, em parte, a construção da perspectiva de que atividade que exige esforço físico e manual seja considerada “trabalho desqualificado” (MANFREDI, 2002), o que tem, sistematicamente, negado ao trabalhador manual a capacidade de desempenho intelectual, produzindo, aos olhos dos próprios trabalhadores, a sua desclassificação (KUENZER, 2011).

Entre os mecânicos, de modo a driblar as representações negativas, são empregados uma série de artifícios para valorizar o trabalho e corresponder às expectativas dos clientes. Como indicou Goffman (1974, p.271), com respeito às oficinas mecânicas:

O tipo de roupa, postura e aparência física que está associado a trabalho manual pode ser separado do tipo de apresentação que se ajusta melhor aos aspectos verbais das relações cliente-servidor... o gerente da oficina pode lavar as mãos, tirar o macacão e colocar o paletó quando ouve a campainha da porta de sua oficina.

Os mecânicos sabem que a sua atividade é “baixa” e, como outros trabalhadores manuais, têm a “percepção de um preconceito das outras pessoas, em relação ao seu trabalho - que requer o sujar das mãos, das roupas, do próprio corpo” (ABREU, 2004, p.124).

Em termos gerais, as designações negativas e o receio dos clientes de ser ludibriado dizem respeito, entre outros, ao fato de que esses não têm conhecimento para julgar se o diagnóstico, o serviço e as recomendações dos mecânicos estão ou não corretas, o que os colocam em posição de vulnerabilidade e dependência em relação a esses “criados e sábios” / “*servants and savants*” (BORG, 2007, p.5).

Os estereótipos lesivos vêm associados a um repertório de terminologias, a saber: vagabundo, desonesto, preguiçoso, “Zé Ninguém”, e assim por diante. Tais estigmas ocupacionais, evidências de que a sociedade não apenas usa o trabalho, mas o classifica, não raro expressam um forte conteúdo classista e são proferidos por aqueles que se julgam superiores contra as “pessoas de segunda ordem”.

¹¹ A imagem de que o mecânico é um homem extremamente sexualizado é frequentemente representada nos programas de entretenimento da televisão brasileira. Exemplo recente foi o do famoso personagem Pascoal (Reynaldo Gianecchini) que era atraído e atraía todas as clientes e mulheres da vizinhança da oficina. Pascoal era quase analfabeto, bonito, ingênuo e imoral. Não são poucas as cenas nas quais as famílias brasileiras riram quando Safira (Claudia Raia), uma mulher que traía o marido, beijava-o e chama-o de “seu mecânico sujo e indecente” ao mesmo tempo. Fonte: Novela Belíssima (Silvio Abreu, 2005).

A ocupação dos mecânicos remete aos símbolos de insucesso e carência de status, associados às ocupações inferiores: inteligência inferior; baixa qualificação; reduzida contribuição social; pouca escolaridade; uso de força física; baixa renda, entre outros elementos (SAUNDERS, 1981). Eles vivem um verdadeiro dilema, com consequências para a dramaturgia cotidiana das suas atividades (GOFFMAN, 1985), uma vez que, se por um lado possuem uma posição precária e são alvo de descrédito e estigma, por outro, são influentes em termos técnicos (mantem e consertam os carros) e comerciais (alimentam o mercado de autopeças) em uma das mais importantes cadeias industriais, que é o complexo automotivo.

4. REESTRUTURAÇÃO DA INDÚSTRIA DA REPARAÇÃO AUTOMOTIVA E DA IMAGEM DOS MECÂNICOS

Com a reestruturação da indústria da reparação, em um movimento que acompanhou a reconversão produtiva da cadeia automotiva como um todo, intensificaram-se as ações orientadas a um maior controle das oficinas e da imagem dos mecânicos.

No Jornal Oficina Brasil (JOB), principal veículo de comunicação direcionado as oficinas, a figura do mecânico passou a estar associada a uma representação idealizada: rapaz jovem, sorriso sereno, barba feita, cabelo curto, mãos e roupas limpas e outras marcas de “boa aparência” e disciplina. A imagem indicada a seguir é um exemplo, que oferece o “novo rosto” do profissional da reparação, um semblante “higienizado” e “moderno” em conformidade com as novas necessidades do mercado.zt

A mudança da aparência é considerada fundamental. Na perspectiva dos “reformadores” do setor, que são os empresários do segmento de autopeças, parte dos proprietários de oficinas, membros de instituições representativas, de ensino, dentre outros que buscam “modernizar” a atividade, a nova “fachada” (GOFFMAN, 1985) da oficina deve vir acompanhada do esforço dos mecânicos para superar o modo tradicional de atuar no segmento. O mecânico de antigamente, afirma-se: “era sujo e mal educado... e tinha fama de desonesto. O mecânico era um profissional de segunda categoria. Hoje o mecânico tem que ser um profissional de primeira categoria” (Mecânico-instrutor, proprietário de escola de treinamento, 2011).

A mudança na aparência é comumente associada a critérios técnicos e de moralidade, sem os quais não se convence os clientes da competência deste tipo de profissional. A esse respeito, tendo em conta o caso dos mecânicos americanos, Nelsen (1998, p.72) considera:

Nossa disposição para confiar em outros baseia-se diretamente na nossa estima acerca das suas competências técnicas e morais. A primeira é baseada na percepção de inteligência e habilidade técnica, enquanto a segunda, no fato de que os outros não irão agir de forma oportuna apesar da capacidade que teriam de fazê-lo... De modo geral, quanto mais competente e responsável uma pessoa aparenta ser, mais confiável será (Tradução nossa).

No caso dos mecânicos, a transformação da aparência é considerada como crucial no sentido de transformar a imagem do negócio no setor e oferecer sinais que denotem “competência técnica e moral” (NELSEN, 1998, p.73).

As instituições argumentam que os mecânicos - proprietários e/ou profissionais - precisam mostrar que o seu negócio é orientado pela seriedade e capacidade dos *experts*. Nelsen (1998, p.73) atesta que associamos aos *experts* os equipamentos modernos, escritórios, roupas formais, livros, diplomas e certificados,

Em contraste, sinais associados aos não *experts* - mãos sujas, tatuagem, aparência desleixada - conotam incompetência e irresponsabilidade. Os mecânicos podem apresentar alguns, mas raramente todas as características dos *experts*... tendem a apresentar características associadas com ambos, *experts* e não *experts*. Esses sinais ambíguos podem criar crise de confiança (Tradução nossa).

As políticas de reformas do setor da reparação pretendem varrer os sinais “confusos” que os mecânicos têm enviado aos clientes, construindo a confiança na categoria e aumentando, por conseguinte, as chances de bons negócios. Esses sinais devem ser substituídos por símbolos de autoridade que eliminem os aspectos “sujos”, que fazem com que sejam vistos “como um pouco mais que criados - um papel que gera pouco respeito” (Tradução nossa, NELSEN, 1998, p.76).

Tais propostas buscam legitimidade, indicando o aumento da complexidade da função que decorre da implementação da eletrônica embarcada¹² nos veículos e equipamentos de reparação. Desde então, assegura-se, a linguagem tornou-se mais complexa e baseada na manipulação de símbolos e sinais abstratos.

A linguagem da abstração eletrônica enfatiza a sofisticação tecnológica e a complexidade dos problemas técnicos. Considera-se que tais aspectos são, em si mesmos, determinantes de um novo tipo profissional. Nessa acepção, a tecnologia realiza uma espécie de “seleção natural”, uma limpeza intelectual e social que elimina os portadores de saberes rústicos/mecânicos, considerados inaptos. Sobre as novas exigências técnico-cognitivas tem-se o seguinte excerto:

¹² A eletrônica embarcada se refere ao sistema eletrônico desenvolvido para aplicação móvel em carros, aviões, navios, etc.

Antes não tinha o eletrônico, tu via o defeito... tinha como saber o defeito, eu tinha como avistar. Só que hoje não tem, hoje, dependendo, tu vai pegar a linha Audi, ela vai ter doze módulos, ou seja, mini computadores. Computador para cada coisa: ajuste de banco, altura, aquilo outro, para regular ar condicionado, eletrônico, tudo controlado eletronicamente (O.O, 2011).

A partir do emprego da eletrônica aos automóveis e ferramentas, o diagnóstico passou a ser considerado tanto ou mais importante do que a capacidade de executar o reparo. Para demonstrar a questão, empregam-se exemplos e alegorias, como o do simbolismo que apareceu na pesquisa, pelo menos, três vezes, com poucas variações. Em uma das versões tem-se o seguinte:

Uma vez tinha um submarino nuclear que parou de funcionar e os caras apavorados, porque não tinham o conhecimento pra fazer a manutenção da coisa. Aí chamaram um técnico de onde fabricaram o submarino, e ele veio aqui no Brasil e tal, e o cara olhou, olhou... Ah, dá um martelinho. Daí ele pegou o martelo e deu uma batidinha... O submarino voltou a funcionar. E aí? Óh, quanto que vai dar o serviço? Vai dar mil dólares. Pô, mas mil dólares? Só bateu com o martelo. Não, o bater, a batida com o martelo é de graça; pelo “onde bater” é que eu tô te cobrando mil dólares. Entendeu? Porque na verdade é o conhecimento. Não é às vezes a execução... (A.E, 2011).

A partir da idealização do “novo mecânico”, os cursos do SENAI estimulam a mudança de comportamento, de modo a inspirar uma sensação de segurança e confiança na sociedade. Para isso, ensinam os alunos a trabalharem de luvas, óculos de proteção, protetor auricular, etc. Com o propósito de transmitir uma imagem de organização, “os jalecos dos nossos professores também são brancos para mostrar limpeza, organização e que tu não precisa estar todo sujo, engraxado para mostrar que tu é um mecânico” (Coordenador pedagógico, SENAI-Automotivo, 2010).

No âmbito dos discursos de modernização da indústria da reparação automotiva, a veste branca serve para outorgar certo caráter científico e representa uma imagem de status e autoridade que remete a ideia do conceitual e abstrato que ilustram competência.

Igualmente, a representação do “novo mecânico” vincula-se aos ideais de “organização” e “limpeza”. Afirma-se que a mudança da aparência passou a ser “uma necessidade para descaracterizar que mecânico é sinônimo de graxa. Tinha empresas que tinha dois refeitórios: o da graxa de um lado e dos trabalhadores de outro. Hoje esses refeitórios são conjugados”

(Diretor sindical, SINDEC, 2011)¹³. Dessa forma, o lugar dos mecânicos, assim como das próprias oficinas é, então, recontextualizado:

a oficina era um negócio escondido; um lugar escuro, sujo, pessoas feias, e essa era uma realidade, não da minha oficina, mas todas as oficinas eram assim. Escuro, sujo, pessoas feias, pessoas que não conversam com o cliente. Hoje não, há pessoas de boa apresentação, limpas, um ambiente limpo, claro, bem iluminado. Se tu olhares ali, qual é a concessionária que colocaria um vidro mostrando sua oficina pra trás? Isso não é privilégio da [nome da concessionária], existem outras assim: um vidro mostrando seu mecânico, o mecânico conversando com o cliente, dando explicação técnica para o cliente sobre o que foi feito do carro dele ou o que tem que ser feito. O cliente entra na minha oficina, vai embaixo do carro, praticamente, junto com o meu mecânico pra discutir o que está sendo feito, ele discute com ele se pode fazer isso ou não, então, é totalmente diferente do que era (Gerente de pós-venda, concessionária, 2011).

Nessa elevação do status da profissão, de modo a superar os estigmas associados à mesma, destaca-se que o mecânico precisa se tornar um verdadeiro empresário:

A maioria das oficinas foi formada por um técnico, mas normalmente o técnico não tem facilidade enquanto administrador. A mecânica tinha um bom mecânico, que sabia reparar veículo, mas não sabia de cuidar de finanças, organização, administração. Hoje uma oficina, um empresário, além de ser técnico, o que é muito bom, precisa ser administrador... precisa ser um empresário com conhecimento de administração e organização de empresa. Ele hoje não é mais só um dono de oficina. Ele tem que ser um empresário de oficina, tem que ter foco empresarial, tem que participar de treinamento e conhecimento de administração e organização de empresa. Hoje a minha empresa tem um curso específico de administração de oficina (Mecânico-instrutor, proprietário de escola de treinamento, 2011).

De modo a indicar o ajustamento da oficina a um padrão de organização moderna e eficiente, um dos interlocutores explica que tem sistematizado os procedimentos no seu estabelecimento, de modo a obter maior produtividade: 1) agendamento do carro do cliente; 2) a secretária na

¹³ O SINDEC (Sindicato dos Empregados no Comércio de Porto Alegre), vinculado à Força Sindical, foi inaugurado em 1932 e, atualmente, representa mais de 95 mil comerciários em Porto Alegre. Os trabalhadores ocupados em oficinas independentes e alguns empregados nas concessionárias são representados pelo sindicato dos metalúrgicos da cidade (Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico-Eletrônico da Grande Porto Alegre/STIMEPA). Os empregados que não pertencem a essa base sindical fazem parte do SINDEC. Essa bifurcação passou a existir quando as autorizadas buscaram apoio na legislação sindical, que afirma que a atividade prioritária do estabelecimento determina a qual sindicato pertence os funcionários. Cf.: Legislação Sindical: Título V - Da Organização Sindical. Capítulo II - Do enquadramento sindical.

recepção recolhe dados do proprietário e automóvel; 3) diagnóstico do defeito; 4) reparação do defeito; 5) lavagem do automóvel; 6) entrega do carro na residência ou no trabalho do cliente; 7) com base na quilometragem declarada, a secretária liga para agendar uma revisão (PV, 2011).

De modo a superar o desprestígio e descrédito das oficinas e da profissão, parte dos mecânicos encena rituais e adota medidas de organização e estética: recepção com televisão, cafezinho, balinhas, ar condicionado, jornais, revistas (Quatro Roda, Caras, Claudia, e outras), música ambiente, vaso de flores, álcool gel, trabalhadores uniformizado, banheiros femininos, caixinha de sugestões, entre outras referências associadas a uma gestão moderna e eficiente. Algumas oficinas têm piso e paredes brancas. A aparelhagem mais sofisticada e os computadores operam como sinais de “modernidades” e são posicionados de um modo visível para os que chegam aos estabelecimentos. Nas paredes, propagandas da Bosch¹⁴, fotos da família, certificados de cursos e, em um dos casos, até mesmo obra de arte.

Todos os elementos mencionados acima expressam o esforço da categoria dos mecânicos para ir além das afigurações depreciativas construídas sobre o ofício. A questão relevante aqui é que as características da indústria da reparação automotiva contribuem para produzir o estigma referente tanto a condição de trabalhador como de dono de negócio envolvendo o ramo das oficinas mecânicas. Isso significa que o estigma não é dado por uma razão econômica *stricto sensu*, quer dizer, não envolve o fato de se possuir ou não uma propriedade, assim como não diz respeito aos rendimentos financeiros em si mesmo. Nesse particular, mecânicos podem obter renda maior do que outras categorias profissionais que gozam de maior status social. O estigma, na sua relação com o mundo do trabalho, versa sobre a posição de inferioridade da ocupação na hierarquia da divisão social do trabalho e na sociedade como um todo.

¹⁴ Empresa que além das peças de reposição, a Bosch também vende equipamento de diagnóstico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na cadeia automotiva a esfera dos serviços tem sido, desde o início dessa indústria, o eixo mais resistente aos processos de racionalização. As inúmeras, e nunca muito bem sucedidas medidas racionalizadoras, desde os tempos de Henry Ford, propõem-se a resolver o que o industrial chamava de o “problema do serviço” (McINTYRE, 1995). Esse envolvia a preocupação das montadoras com os altos custos e baixa qualidade dos serviços, o que era considerado prejudicial à reputação das marcas, dado o entendimento de que possíveis proprietários de veículos deixavam de adquiri-los por causa da “péssima reputação da indústria da reparação” (Tradução nossa, McINTYRE, 1995, p.121).

Nessa indústria, a reputação do mecânico como trapaceiro está associada não a pessoa, mas a ocupação em si mesma. É o trabalho no ofício que o marca desta maneira. Trata-se, aqui, de uma identidade associada à profissão que acaba por criar descrédito e depreciar a todos que dela fazem parte.

Apesar das reformas que a reestruturação da indústria da reparação tem implementado no setor, ao contrário de superar os sinais de descrédito da profissão, esses traços, não raro, têm se acentuado. A busca pela higienização das práticas e aparências no segmento tem favorecido aqueles com mais recursos econômicos e simbólicos para responder as novas demandas, enquanto estigmatiza ainda mais a grande maioria que dificilmente consegue acompanhar as reformas em andamento e incorporar os sinais de modernidade associados a elas.

A relação entre trabalho e estigma, no caso dos mecânicos automotivos, ocorre através da representação de que a ocupação é *locus* de trabalhadores de classe popular com pouca escolaridade e escassas possibilidades de uma boa performance, em termos de carreira e, menos ainda, como proprietários de negócio.

O novo momento do setor exhibe uma série de transfigurações: 1) maior complexidade tecnológica para veículos e ferramentas; 2) construção de uma escola para a formação de mecânicos (como no caso do SENAI Automotivo de Porto Alegre inaugurado em 1999); 3) atração para o ramo de sujeitos com maior escolaridade, dentre outros aspectos que indicam a capacidade de atualização e transformação da indústria da reparação automotiva em geral e do mecânico em particular. Todavia, tais mudanças não são suficientes para neutralizar os estigmatiza associado ao ofício de mecânico, que é considerado uma atividade muito pouco prestigiada na divisão sócio técnica do trabalho.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Eide Sandra Azevedo. **O reparo de objetos no tempo do descartável: resistência e preservação**. Maringá: Eduem, 2004.
- BORG, Kevin. **Auto Mechanics: Technology and Expertise in Twentieth-Century America**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2007.
- COELHO, Edmundo Campos. **As profissões imperiais: Medicina, Engenharia e Advocacia no Rio de Janeiro 1822-1930**. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 1999.
- CUNHA, Luiz Antônio. O ensino industrial-manufatureiro no Brasil. In: **Revista Brasileira de Educação**. Mai/Jun/Jul/Ago., n°14, 2000. p. 89-107.
- DINIZ, Marli. **Os donos do saber: profissões e monopólios profissionais**. Rio de Janeiro: Renavan, 2001.
- GOFFMAN, Erving. **Manicômios, prisões e conventos**. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- GOFFMAN, Erving. **Estigma: Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- KUENZER, Acácia. **Pedagogia da fábrica. As relações de produção e a educação do trabalhador**. São Paulo: Cortez, 2011.
- MANFREDI, Silvia Maria. **Educação profissional no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2002.
- McINTYRE, Stephen L. **The repair man will gyp you: Mechanics, managers, and customers in the automobile repair industry, 1986-1940**. Columbia: University of Missouri-Columbia, 1995.
- NELSEN, Bonalyn. **The nature and implications of technological change and rise of a service economy: observations from the field of automotive repair**. Ithaca: Cornell University, 1998.
- SAUNDERS, Conrad. **Social stigma of occupations: the lower grade worker in service organisations**. England: Gower, 1981.
- SAVIANI, Dermeval. O trabalho como princípio educativo frente às novas tecnologias. In: FERRETTI, Celso João et al. (Org.). **Novas tecnologias, trabalho e educação: Um debate multidisciplinar**. Petrópolis: Vozes, 1994. p.151 a 168.