

Subjetividades laborales en vendedores del comercio minorista del Gran Paraná

Graciela Mingo, Valeria Rodrigo y Elisa Sarrot

Resumen

El sector comercio tiene, en el mercado de trabajo argentino, un peso relativo importante. Particularmente, ocurre lo mismo en el aglomerado Gran Paraná, contexto de nuestra investigación. Sin embargo, son escasos los estudios que lo abordan desde las Ciencias Sociales.

En este artículo exponemos algunos avances en el estudio de las subjetividades laborales de los empleados de comercios minoristas del sector, en el aglomerado Gran Paraná, en el marco de un Proyecto de Investigación más amplio.¹

Estos avances resultan de analizar la información recolectada en las primeras entradas a campo mediante entrevistas semiestructuradas a trabajadores y otros referentes, bajo la lente de algunos conceptos iluminadores y del marco normativo que rige la actividad.

Desde una perspectiva interpretativa intentaremos echar luz sobre las subjetividades de jóvenes que apuestan al trabajo en el sector, como también, y a través de sus testimonios, comprender cómo el contexto social y económico por el que transcurren sus historias, imprime algunas marcas a sus expectativas y proyectos.

PALABRAS CLAVE: sector comercio, comercio minorista, subjetividades laborales

Abstract

The trade sector has an important relative weight in the Argentine labor market. The same happens in the agglomerate Gran Paraná, context of our research. However, there are few studies that have addressed it from the social sciences. In this article, we will present some advances in the study of the labor subjectivities of employees of retail businesses in the sector, in the Greater Paraná agglomerate, within the framework of a broader Research Project.

¹ Nos referimos al PID 5120 FTS- UNER denominado «El trabajo en el sector del comercio. Características, identidades y sentidos otorgados por los trabajadores a su actividad laboral en el aglomerado Gran Paraná, Entre Ríos», aprobado por Resolución número 501/17 «CS», cuya directora es Graciela Mingo y el co-director César Sione. El equipo está integrado además por Elisa Sarrot, Teresa Luque, Valeria Rodrigo y Fabiola Bogado Ibarra.

These advances result from analyzing the information collected in the first field entries through semi-structured interviews with workers and other references, under the lens of some illuminating concepts and the normative framework that governs the activity.

From an interpretative perspective we will try to shed light on the subjectivities of young people who bet on work in the sector, as well as, through their testimonies, to understand how the social and economic context through which their stories take place, prints some brands to their expectations and Projects.

KEYWORDS: trade sector, retail trade, labor subjectivities

Introducción

El sector comercio tiene, en el mercado de trabajo tanto de Argentina como del aglomerado Gran Paraná, un peso relativo importante. Ocupa el segundo lugar en cantidad de asalariados, luego de la Administración pública, Defensa y Seguridad Social.² Sin embargo son escasos los estudios que lo abordan desde las Ciencias Sociales, por lo que sostenemos que existe aquí un área de vacancia.

Este sector laboral pertenece a uno más amplio, denominado Comercio y Servicios, y en sí mismo presenta gran heterogeneidad en cuanto a: formas y horarios de trabajo, rubros según productos que se comercializan, tamaño de los establecimientos, puntos de venta, denominación jurídica-legal, ubicación espacial o virtual, entre otras variaciones.

En esta diversidad, nuestro proyecto se focaliza en los trabajadores del comercio minorista del aglomerado Gran Paraná, quienes se desempeñan como vendedores.

Puntualmente nos referimos a algunos rasgos de sus subjetividades.

Los escasos estudios que hallamos sobre el sector, en el campo de las disciplinas sociales, nos acercan a algunas características de estos sujetos:

a) Según Belén Fernández Milmanda y Enzo Benes:

Estos trabajadores elaboran su identidad en relación a sus pautas de consumo antes que a su actividad laboral, y se autoubican dentro de la clase media antes que de la trabajadora, lo que redundaría en una débil conciencia gremial. Esta débil conciencia sindical se relaciona en gran parte con condiciones reales de trabajo: una proporción importante de los trabajadores mercantiles se encuentran atomizados en pequeños establecimientos así como en actividades por cuenta propia. (2007: 233)

² Según microdatos del primer trimestre 2017 de la Encuesta Permanente de Hogares (INDEC, 2017).

b) El perfil de su dirigencia sindical es de carácter pragmático y posición moderada. En este sentido, construye y conserva vínculos privilegiados con los gobiernos, sean estos del color político que sean. Y así se mantiene sobre todo a partir de la década de 1970 en la Argentina, momento en que el crecimiento del tercer sector de la economía vuelve al gremio poderoso en cuanto a la cantidad de afiliados. De esta manera se practica una estrategia de acción sindical conocida como «sindicalismo empresarial» que consiste en proveer servicios, tanto a los afiliados como al público en general, «[...] mediante la ampliación del servicio de su obra social hacia otros rubros como el turismo social, la enseñanza y capacitación, los sistemas jubilatorios complementarios y la recreación» (Palomino, 1995; Murillo, 1997). «Tradicionalmente concentrada en la defensa de sus intereses sectoriales, ha consolidado un patrón de acción, usualmente denominado "participacionista", dirigido al establecimiento de un juego de relaciones de intercambio político con los sucesivos gobiernos [...]» (Fernández, 2002).

Fiel heredero de esta tradición, Armando Cavalieri conduce la Federación de Empleados de Comercio desde 1989 hasta nuestros días. Asimismo, lidera el Sindicato de Empleados de Comercio de Capital Federal (SEC) desde 1986, cuyo peso decisivo le ha permitido retener la Federación bajo su control. (Fernández Milmanda y Benes, 2007: 232)

c) La procedencia social de estos trabajadores, según estos autores, es en su mayoría clase media o media baja, o de *cuello blanco*³ en el sentido weberiano, y con aspiraciones de movilidad social ascendente, condiciona históricamente su conducta moderada como colectivo sindical.

d) La globalización y las innovaciones tecnológicas generan distintas formas de empleo que impactan fuertemente en el comercio. En este contexto, las transformaciones y dinámica de la economía de las últimas décadas contribuyen a heterogeneizar aún más al colectivo, ante la infinita variedad de formas de ventas. Por otro lado, reconocemos el profundo impacto que las nuevas tecnologías imprime en la actividad comercial, no solo cuando el comercio de presencia «física» o que se desarrolla en un establecimiento visible es reemplazado por una relación comercial virtual sino también cuando en los negocios convencionales ingresan procedimientos y artefactos nuevos que les exigen nuevas destrezas a los trabajadores que allí se desempeñan.

Un ejemplo clarísimo es el sistema de venta en línea conocido como el *ecommerce*, cuyo impacto ya está siendo estudiado y cuyas ventajas son que:

[...] los costes de establecimiento de los sistemas de venta en línea son inferiores a los que supone la apertura de un establecimiento comercial convencional. Además la ausencia de establecimientos físicos y la automatización de determinadas funciones de presentación y ventas permiten operar con costes relativamente menores. Por otra parte, permite ofrecer a la clientela altas dosis de conveniencia: a través de surtidos amplios y profundos, completa información sobre productos y nulas constricciones físicas y temporales que afecten a la decisión de compra. (Rodríguez Ardura y otros, 2015: 96)

³ En contraposición a los «de cuello azul», que son los trabajadores fabriles provenientes en su mayoría de sectores populares y con menor nivel educativo. Ambas expresiones son de Max Weber.

e) Las últimas tendencias en la conformación del perfil de los trabajadores del comercio dejan ver que este se está virando al tipo de trabajador *de cuello azul*, pues si bien se mantiene la heterogeneidad en cuanto a capital cultural y experiencias sociales que portan, van siendo sumidos, con los cambios, en experiencias de explotación que de cierta forma los abroquelan o aglutinan, sobre todo a partir del surgimiento de grandes grupos de comercialización como hipermercados y shoppings⁴ (Ciccolella, 2000; Fernández Milmanda y Benes, 2010).

De este modo, el mundo laboral experimenta cambios conducentes a un nuevo paradigma productivo flexible y transformador del significado atribuido al trabajo remunerado como fuente de sentido de las identidades personales de los trabajadores (Sennett, 2000); en tanto se ha socavado sus capacidades para suministrar formas de afiliación o pertenencia a identidades y proyectos colectivos, mostrando que las nuevas generaciones se insertan laboralmente con otras expectativas (Melucci, 2001), no poniendo ya en el trabajo sus principales atributos identitarios, como sí ocurría bajo el paradigma fordista de producción (Batisttini, 2015).

El sector comercio no es ajeno a estas transformaciones. Según la Organización Internacional del Trabajo (2003) las formas contractuales se caracterizaban por cierto grado de estabilidad, pero en este nuevo escenario la realidad laboral muta hacia contratos temporales, conformando un cordón de trabajadores precarios. El empleo temporal y a tiempo parcial, atípico en tiempos pasados, alcanza cierto grado de aceptabilidad en el sector del comercio, y esto nutre a lo que denominaremos más adelante como la *nueva precariedad*.

Estas marcas, y otras que hallamos, son abordadas en este artículo, en donde procuraremos poner en contexto las situaciones de fortaleza o debilidad que vivencian nuestros sujetos de estudio; y cómo en ese marco los trabajadores construyen sus subjetividades, atribuyendo un sentido a su actividad y construyendo identidades.

Para ello, en primer lugar, señalamos aspectos del marco normativo del sector. Luego, explicitamos las conceptualizaciones que nos resultan iluminadoras para abordar la subjetividad de los trabajadores. A continuación, y a modo de memo de las primeras entradas al campo, despejamos algunos rasgos que apreciamos en el análisis de las entrevistas realizadas a los propios actores.

Los testimonios recogidos nos permiten conocer sus vivencias como trabajadores, dar cuenta de los significados que se construyen alrededor de su vida laboral y de las identidades que se consolidan o desdibujan en sus trayectorias. Por último, tejemos la teoría con la empiria para dar lugar a algunas de nuestras conclusiones.

⁴ Los trabajadores de estos grandes grupos se han nucleado –al menos en Gran Buenos Aires– en un gremio paralelo: el Sindicato de Empleados de Hipermercados y Supermercados Mayoristas de Argentina, creado en julio de 2009 como un desprendimiento de la seccional del sur del Gran Buenos Aires (Fernández Milmanda y Benes, 2010). Esta tendencia a la escisión se está extendiendo a otras localidades del país.

1. Marco Normativo

La legislación marco bajo la cual se desenvuelve el sector es la Ley de Contrato de Trabajo n.º 20744. En ese contexto, las convenciones colectivas han pulido algunas cuestiones peculiares de la actividad.

El Convenio Colectivo de Trabajo (CCT) 130/75, que regula al sector comercio, es un típico acuerdo de actividad y no de oficio o profesión, que se caracteriza por agrupar trabajadores cuyo común denominador está dado por *la actividad principal del establecimiento, sin importar la profesión u oficio que desempeñen cada uno de ellos en el mismo*.

De allí entonces que el CCT en análisis abarque tanto a quienes puedan ser estrictamente vendedores como a los administrativos, personal de limpieza, etcétera.

Si bien incursionamos preliminarmente en estas cuestiones, podemos anticipar que esto podría estar vinculado a dos cuestiones que nos parecen importantes: por un lado, a que las vicisitudes que puedan darse en el sector (inestabilidad, deficiente registración, informalidad, etcétera) afectan a todos sus trabajadores; por otro lado, y en conexión con una de nuestras hipótesis, centrar las discusiones reivindicativas en la actividad y no en una profesión u oficio, puede colaborar en la construcción de identidades laborales efímeras o lábiles.

Sabemos que un profesional es un sujeto que posee un título que lo habilita para el ejercicio de un arte u oficio a cambio de una retribución (Mingo y otros, 2013a).

En inglés el término *professionalisation* significa la tendencia a organizar el status profesional según el modelo anglosajón de *profesiones*, que se extienden mucho más lejos de lo que llamamos profesiones liberales y cuya característica es la posibilidad de *hacer carrera*. En inglés *carrera* es *camino para carruajes*. Se lo aplica luego al trabajo, como el canal por donde se encauzan las actividades profesionales de toda una vida. El capitalismo flexible bloquea el camino recto de la carrera, desviando a los empleados de un tipo de trabajo a otro.

En esta desviación del camino laboral uniforme aparece la noción de *actividad*, vinculada más al hacer genérico que al ser. Así, mientras la profesión o el oficio implican un ser (médico, zapatero) vinculado a un hacer –especializado–, la actividad implica un hacer que no involucra necesariamente al ser («vendo libros», «hago changas»).

2. Conceptos Iluminadores

2.a. Precariedad

Para continuar complejizando el concepto de precariedad, como lo venimos haciendo en nuestro recorrido investigativo, intentamos conocer otros ingredientes de la precariedad laboral en nuestros sujetos de estudio.

Así, vemos que habitualmente se asocia a la precariedad laboral con el aumento de la contratación por fuera del derecho del trabajo. Julio Neffa, por ejemplo, la concibe no sólo

[...] desde el ángulo de la inestabilidad e inseguridad económica y social, sino también en función del tipo de proceso de trabajo que ejecuta el trabajador, de la retribución material y simbólica que recibe, del reconocimiento social obtenido a cambio de sus esfuerzos y de las relaciones sociales que se establecen en la empresa u organización. (2008: 236)

En cuanto al concepto que nos interesa, acordamos que

La precariedad aumenta la vulnerabilidad y la sensación de inseguridad e incertidumbre provocando un efecto colateral [...] moderar u obviar las reivindicaciones salariales o de otro tipo, como también a aceptar muchas veces reducciones salariales cuando las horas extras no se compatibilizan como tales. Así el disciplinamiento aumenta su eficacia y debilita casi por completo las ya débiles posibilidades de presión por medio de los sindicatos para luchar, entre otras cuestiones, por sus salarios. En los trabajadores con poca antigüedad, en período de prueba, o también en aquellos que tienen deudas contraídas, créditos a pagar, se debilita aún más la voluntad de reclamo. La inseguridad es un sentimiento racional. Prefieren obviar el riesgo de perder el empleo, con los daños de envergadura que eso ocasionaría en sus vidas cotidianas. (Mingo y otros, 2013: 82)

A lo denominamos como *la nueva precariedad* (Mingo y otros, 2013) podría sumarse, para el caso de los trabajadores del comercio, la identidad difusa que mana desde el marco normativo, al reconocer que estos sujetos no forman parte de un grupo de oficio o profesión, sino de un grupo por actividad.

El análisis realizado hasta aquí nos conduce directamente a las categorías de subjetividad, subjetividad social, procesos de subjetivación e identidad.

2.b. Identidad, subjetividad, subjetividad social, subjetivación

Las posiciones teóricas acerca la subjetividad, la identidad, y sus vínculos, no son pacíficas. Sostenemos, con Carlos La Serna (2010), que la conformación de identidad laboral es un proceso bisagra que imbrica cuestiones subjetivas –qué soy–, objetivas –saberes certificados–, y sociales –asignación de los otros acerca de qué soy–. A partir de ahí, indagamos entonces cómo opera ese proceso de conformación de identidades laborales en el hacer –qué hago, como diferente al qué soy– que esta actividad implica.

La identidad necesariamente se conecta con la subjetividad, y ésta con la subjetividad social, ligada a la noción de memoria como registro articulador de sentidos (La Serna, 2010; De la Garza, 2001; León y Zemelman, 1997).

Complejizamos a la identidad, en relación con la subjetividad, con la noción de Gilles Deleuze (Vommaro, 2012) quien considera a los procesos de construcción de subjetividad como movimientos de fuga respecto de las relaciones dominantes. También, con los aportes de Michel Foucault (Vommaro, 2012) quien se oponía a considerar la identidad y la identificación como formas o modalidades de subjetivación, proponiendo un modo de subjetivación no identitario que denomina *modo de vida*, al que entiende como una forma no natural sino cultural, política e histórica, sujeta

a una práctica y una experiencia, y relacionada además con una ética en el sentido spinoziano – acto de ser causa de nosotros mismos y desplegar nuestra potencia de existir – (Vommaro, 2012).⁵

Por su parte Jean François Revel (Vommaro, 2012) propone que, en lugar de trabajar con la identidad, abordemos las modalidades de subjetivación como constitución o producción del sujeto de sí y para sí a través de sí mismo, más la constitución o producción del sujeto de sí y para sí a través de los otros.

Estas conceptualizaciones encuentran mayor significado al usarlas más adelante como lentes de análisis de los testimonios obtenidos en las entrevistas.

3. Los sujetos del sector comercio. Primeras entradas a campo

Si bien exponemos algunas características de estos trabajadores, acorde a investigaciones tomadas como antecedentes, realizamos una síntesis de los primeros análisis de los datos de campo, que por supuesto son preliminares por la etapa de investigación en la que nos encontramos.

Los insumos para este apartado consisten en:

3.a) Los emergentes de un trabajo realizado con los estudiantes de Metodología Cualitativa en el año 2017⁶, en el marco del Proyecto de Innovación Pedagógica denominado «Herramientas para el análisis del mundo laboral»⁷, donde se pudo realizar una comparación entre testimonios de vendedores de comercios barriales y céntricos de Paraná, sumado al análisis de otras entrevistas posteriores a vendedores de comercios minoristas.

3.b) El testimonio del dueño de un comercio emblemático de Paraná y referente de la Asociación de PyMEs de esta localidad.

3.c) Resultados de la comparación barrio-centro sumada al análisis de nuevas entrevistas.

3.a.1) Tamaños y rubros

En los barrios predominan los pequeños comercios, a menudo instalados informalmente para supervivencia familiar; otras veces más formalizados o registrados legalmente. Los rubros son menos variados que en la zona céntrica (quioscos, despensas, verdulerías). Se percibe escasa solidaridad entre comerciantes o rivalidad entre los pequeños comercios y los grandes que advienen al barrio –por ejemplo: despensa versus supermercado–.

En el centro, en cambio, el tamaño de los comercios es variado y los rubros muy diversos. La solidaridad se practica entre negocios cercanos, entablándose incluso a veces relaciones de camaradería entre vendedores –dar cambio cuando el negocio de al lado necesita o derivar al cliente a otro negocio de la zona cuando no se dispone del producto solicitado por el comprador–.

⁵ Este impulso causal y despliegue podría buscarse en aquellos movimientos deleuzianos de fuga de las relaciones dominantes.

⁶ Ellos son: María Lucrecia González Espíndola, María Florencia Famea, Osvaldo Gavilán, Crislian Eduardo Kling, Gabriela Duarte y María Reina Anahí Trupiano.

⁷ Proyectos Innovadores VIII Convocatoria 2017 (Resolución n.º 509/16 «UNER»).

3.a.2) La inseguridad: un problema

Afecta tanto a los comercios de barrio como en a los del centro. Por ese motivo, muchos atienden tras una reja, a excepción de las verdulerías y los quioscos de revistas –estos últimos no se encuadran jurídicamente en el comercio–, que se ubican en las veredas sin cerramiento.

3.a.3) Los significados

¿Provisorio o Definitivo? No importa. Independencia

En cuanto a los significados atribuidos al trabajo en el sector, no encontramos uniformidad de criterios. Algunos abrieron «para ver qué onda», sin temerle a la provisoriedad. Otros, aunque pequeños, hacen una apuesta más potente y compiten en el rubro –en los barrios con comercios grandes que advienen a la zona y en el centro con la diversidad de locales existente–.

Encontrar en el centro a jóvenes –estudiantes o egresados recientemente– que trabajan temporalmente hasta «conseguir algo mejor» dentro del sector o relacionado con sus estudios, aporta a comprender algunos significados atribuidos a la actividad.

Un emergente es que la actividad permite independizarse⁸, tanto en el barrio como en el centro. Independencia de los padres en el caso de los jóvenes; de los maridos en el caso de algunas mujeres; y también buscan independencia quienes abren su pequeño negocio, porque «no se ven» trabajando para el Estado.

El cliente y la lealtad⁹

Recorre en ambas zonas la importancia dada al cliente y a la relación con él. Se construye lealtad entre vendedor y cliente; por parte del vendedor para satisfacerlo y que «quiera volver».

El trato con la gente que la venta implica, en general es visto como aspecto positivo. El cliente establece un vínculo de confianza con el vendedor del comercio al que asiste asiduamente, que va más allá de la relación fría de comprar y vender; en algunos casos se describe como familiaridad.

Pero en el centro, algunos entrevistados refieren al estrés que implica la atención al público, y cómo afecta la gente «mala onda». «[...] te vas como cansado mentalmente, no físicamente».

El cliente es un actor que incide en las decisiones de un comercio. Se piensa qué productos ofrecer para contemplar sus preferencias. «Que el cliente se vaya contento para que vuelva». Un entrevistado dice: «[...] cuando arranqué pensé que si se vendía una buena mercadería la gente iba a volver».

El referente de la Asociación de PyMEs entrevistado da cuenta de esta lealtad cuando narra sucesivos cambios en la elección de la mercadería en su negocio, según el momento y los gustos de la clientela.

⁸ ¿Movimientos de fuga de las relaciones dominantes? ¿Ser causa de nosotros mismos? ¿Desplegar la potencia de existir?

⁹ ¿Constitución o producción del sujeto de sí y para sí a través de los otros?

¿Quién puede ser vendedor?

Encontramos diferencias entre los barrios y el centro en la calificación requerida para desempeñarse como vendedor. En los primeros, como dijimos, la familia abre un negocio y todos pueden ayudar a atenderlo; en cambio en la zona céntrica los entrevistados relatan que se exige mayor calificación: por el tipo de mercadería que se ofrece, precios y financiación de los productos, y también por el sistema de cobro –en el centro está generalizada la venta con tarjeta de crédito o débito que exige cierta destreza en el manejo de tecnologías–. No obstante estas diferencias, la situación no es homogénea, pues en el centro encontramos entrevistados que afirman que «[...] para que te blanqueen tenés que tener el secundario completo». Otros, sin embargo, que son egresados o estudiantes universitarios están trabajando por una paga reducida, con algunas sumas en blanco y otras en negro, y a veces sin días ni horarios fijos.

El sacrificio

El trabajo de vendedor es concebido como sacrificado en todos los testimonios recogidos. Esta percepción se sustenta en la cantidad de horas diarias a cumplir, más la atención frecuente los sábados por la tarde; y en el barrio también los domingos. Ello deja poco margen a otras obligaciones o placeres. No obstante, algunos vendedores trabajan media jornada y valoran tener el resto libre.

También colabora a caracterizar a este trabajo como sacrificado, el estrés que genera la atención al público y el tolerar a los clientes «mala onda», como se mencionó. Algunos entrevistados agregan que es difícil también cuando los dueños son «controladores», ya sea con su presencia en el comercio, mediante cámaras o por teléfono.

Otro ingrediente que hace sacrificado al trabajo es la sobrecarga de tareas: haber pactado que la función sería de vendedor para luego desempeñar otras actividades relacionadas o no con el negocio. Esta situación afecta pero se naturaliza. Los vendedores también limpian el local, arman vidrieras, hacen trámites administrativos dentro y fuera del comercio, cobran –el rol de cajero es diferenciado en responsabilidad y remuneración–, todo por la misma paga.

¿Supervivencia o vivencia?

¿Es la actividad para su vida? La mayoría de las respuestas giran alrededor de un «preferentemente no», o no se lo preguntan por la decisión de trabajar allí para solucionar la supervivencia presente. No obstante, como analizamos luego, hay cierta apuesta a continuar en el sector comercio pero con la obtención de mejoras.

3.b) En el testimonio del dueño de comercio entrevistado encontramos semejanzas con los trabajadores, pues ambos coinciden en:

- La solidaridad entre comercios cercanos. El entrevistado cuenta particularmente la experiencia de haber tenido negocio en una galería, donde se producían vínculos de amistad con los dueños y empleados de los negocios que allí funcionaban.
- La importancia de las preferencias de los clientes en las decisiones acerca del rubro y la mercadería a ofrecer.

- Lo sacrificado del trabajo en cuanto al horario y otros rasgos. Sus palabras fueron «es un trabajo difícil de sobrellevar».
- Las identidades laborales lábiles, sustentadas en una anticipación de trabajo provisorio. El entrevistado lo expresa así: «Es difícil conseguir un empleado de comercio, que es empleado de comercio porque le guste la venta [...]» Y relata las respuestas a una pregunta que él suele hacer cuando recibe los currículum: «¿Y por qué venís?» «Porque necesito trabajar, quiero independizarme, tengo un hijo [...]» «En cien te pueden llegar a decir uno o dos porque les gusta la venta». También agrega, en otro tramo de la entrevista: «[...] a mí nadie me dice 'me gusta, probame, vas a ver cómo te vendo'. ¡Nunca! Y he entrevistado, modestia aparte, por lo menos para decirte poco, 500. Muy pocos dicen 'me gusta ser vendedor'».
- Lo relevante de sobrevivir. Cuando afirma luego

[...] para redondearte, te diría que queda el que demuestra interés [...] todo el eje está en cuidar el trabajo que es el ingreso, con eso como y con eso vivo. Ese es el eje. Después empiezo a encontrarle sabores. Se empiezan a hacer amigos de los clientes, los esperan, se sienten cómodos, así como incómodos con otros. En fin [...]. (Entrevista a G.)

Este testimonio y sus detalles –desde el advenir por otros motivos, no por identificación con la actividad, hasta el quedarse e ir «construyendo interés»– nos trae de nuevo a ese modo de subjetivación no identitario que Foucault (Vommaro, 2012) denomina *modo de vida*, como forma no natural, sino cultural, política e histórica, sujeta a una práctica y una experiencia, como mencionamos.

4. Teoría y empiria. Un caso instrumental

En este apartado construimos un caso instrumental capaz de iluminar una problemática, según Robert Stake (1998), al revestir capacidad heurística. «La elección del caso busca maximizar las posibilidades y la capacidad que las condiciones y características del caso presentan para desarrollar conocimiento a partir de su estudio», dicen Guillermo Neiman y Germán Quaranta (Vasilachis, 2006: 219). Es lo que encontramos en los extractos testimoniales de M., quien encarna a una de las vendedoras entrevistadas. Sus palabras tejen y destejen permitiéndonos mirar muchas subjetividades en la suya, en diálogo con las voces de los autores.

4.a. Cuestiones que complejizan la categoría de precariedad

Decimos con Neffa, que la precariedad no es solo el aumento de trabajo por fuera del derecho laboral. El autor también la concibe:

[...] en función del tipo de proceso de trabajo que ejecuta el trabajador, de la retribución material y simbólica que recibe, del reconocimiento social obtenido a cambio de sus esfuerzos y de las relaciones sociales que se establecen en la empresa u organización. (2008: 236)

Nuestra entrevistada M. pinta algunos rasgos de esta nueva precariedad. Veamos:

M. trabaja cuatro horas y media de lunes a viernes, y cinco el sábado; pero firma y cobra por 4.

Fue convocada para atender al público pero con su compañera hacen de cajeras; limpian y arreglan las vidrieras; y realizan trámites administrativos del negocio dentro y fuera del local, porque se les encarga hacerlo (bancarios y otros).

M. señala como aspecto negativo de su rol de vendedora «[...] el no reconocimiento» –ni simbólico, ni económico– de todo lo que hace. Habla de un «gracias» que no obtiene (reconocimiento simbólico), y de un ingreso (reconocimiento económico) que representa menos de las horas que efectivamente trabaja, y que además, en el contexto actual, deviene cada vez más insuficiente.

Podemos leer en sus propias palabras lo que venimos diciendo.

[...] ahí es cuando se empieza a desgastar [el vínculo con el empleador], de ocho a doce y media. Pero la media jornada son cuatro horas. Esa media hora en su momento era '¡bueno, no pasa nada, media hora!'. Pero ahora [...] esa media hora no se registra en ningún lado. Entonces, no se registra, no se cobra, [...] porque firmamos la planilla horaria de ocho a doce. (Entrevista a M.)

También afirma: «[...] Vamos al banco, vamos ahí, y es todo por lo mismo». Y continúa:

En un principio, nosotras solo hacíamos atención al público y cobrar. Cobrar ya sabíamos. Después se fueron agregando esto de decir 'bueno, vamos al banco, vamos si hay que pagar tal cosa'. Como que toda la parte 'administrativa'. Si bien hay como una contadora, todo lo que es controlar, las facturas, qué llega y qué no también lo hacemos nosotras.

[...] ahí en el local las dos hacemos lo mismo: hay que limpiar, baldear la vereda, limpiar los vidrios [...] Una vez barre una y la otra lava el piso. Y al otro día hacemos al revés. Ordenar adentro, limpiar, si hay que hacer vidriera lo hacemos las dos a la vez. Lo mismo que atender a la persona que entra. 'Bueno, vamos'. Atiende una, atiende la otra o tal vez si no estás haciendo nada y hay una sola persona, una la atiende y la otra le va doblando las cosas y las va guardando.

El reconocimiento social obtenido que menciona Neffa (2008), es este «no reconocimiento de lo que hacemos» que menciona M.

[...] de todo el abanico de actividades que hacemos por el mismo sueldo. Y creo que eso es lo que termina cansando y agotando. Lo que yo digo: un empleado contento, bien pago, que te reconocen y no necesito fuegos artificiales. Con decir ¡bien!, ¡gracias!, alcanzaría. Y siempre es como 'ahhh, no alcanza, no alcanza'. Es como que siempre falta un poquito más. Creo que eso es lo que termina cansando y que sería como lo más negativo. (Entrevista a M.)

Otro plus a la precariedad es la inestabilidad sentida. M. trabaja media jornada, y sabe que a la hora «de descartar» ella será la elegida.

Mi idea es, sobre todo ahora, volar pero por esto, porque no se sabe cómo va a seguir la situación. El local es grande, entonces sí dos se necesitan. Dos personas. Pero no quita que en cualquier momento, si las ganancias y las ventas, y todo se va reduciendo, se queden con una sola persona y va a ser seguramente mi compañera porque es la que más antigüedad tiene y cubre los dos horarios. Entonces, [...] Yo siempre estoy [...]. Cuando veo búsquedas laborales siempre llevando currículum, porque [...] si bien es un comercio que ha crecido demás, no te da la posibilidad de crecer. Es empleada y empleada. Tal vez en locales más grandes puedes pasar ¡no sé! a empleada administrativa o encargada. Acá es vendedora o vendedora. Entonces, mi idea es siempre estar como atenta a [...]. (Entrevista a M.)

4.b) ¿Volar o subjetivación?

M. tiene 33 años; es Licenciada en Comunicación Social y nunca ejerció como tal.

El *volar* al que alude no es a ejercer su profesión, sino a encontrar un lugar mejor. Quizá un comercio también, pero más grande, donde pueda progresar, ascender, no ser siempre vendedora.

Como vendedora que hoy ¿es?, la alimenta el buen trato con la gente que conoce como clientela. Esto la satisface. Hace «[...] que no se sienta tan pesado», dice.

Pero aquí hay una construcción de un modo de vida (Vommaro, 2012), como forma de subjetivación no identitaria; sujeta a una práctica y a una experiencia que llega a ser causa de nosotros mismos en el sentido spinoziano, y desplegar esa potencia de existir (Vommaro, 2012).

M. ha encontrado a sus 33 años este modo de vida no identitario. Es ¿es? Comunicadora Social. Es ¿es? vendedora. Con este trabajo pudo independizarse de sus padres e ir a vivir con su novio. La pregunta por su identidad como trabajadora de comercio la sorprende, pero al reflexionar responde que sí, y fundamenta en que le agrada el trato con la gente, comunicación y vínculo que resalta como positivos. También valoriza el estar registrada.

Su relato es este:

[...] si vos me preguntás qué sos, me reconozco más como empleada de comercio y no como otra cosa. La gente va y nos cuenta de su vida. Y yo no veo que en otro lado pase que la gente va y se desahoga, cuenta que si se separó, qué se compró, que si se va de viaje. Charlan. Puede pasar una hora charlando. Y yo digo: me siento identificada porque es lo que hago pero a la vez es como que le debemos brindar como otra confianza o algo, u otra atención especial. ¡No sé! Se abren y cuentan, y después cuando se van quedamos como ¡hace una hora que está esta señora charlando! (Entrevista con M.)

4.c) El sabio marco normativo

Decíamos que el Convenio Colectivo del sector Comercio es un convenio de actividad y no de profesión.

M. tiene una profesión, o mejor dicho, tiene un título profesional que no la acompaña hasta ahora en su proceso de subjetivación.

Definimos profesionalización como algo que implica la posibilidad de *hacer carrera*. El capitalismo flexible desvía el camino recto de una carrera, mutando el ser profesional por el hacer genérico en una o varias actividades. Esto se asocia con los procesos de subjetivación no identitaria, o modo de vida foucaultiano.

«[...] si me preguntás si me siento empleada de comercio te digo que sí», afirma nuestro caso M.

5. Palabras finales

Cerramos de manera provisoria nuestras conclusiones, pues continuaremos profundizando en este sector del mercado laboral a fin de disminuir las vacancias identificadas.

Seguiremos buceando en las subjetividades de los trabajadores del comercio y, si bien queda mucho por andar, los hallazgos entusiasman la comprensión de esta arista de lo social que hoy nos ocupa como investigadores.

Referencias bibliográficas

- BATTISTINI, Osvaldo (2015). *Entre buenos y malos trabajos. Un estudio sobre las representaciones de los trabajadores sobre sus propios trabajos, en la Argentina actual*. Buenos Aires, Argentina: PICT-UBA.
- ARGENTINA. «Convención Colectiva de Trabajo n.º 130/75 Empleados de Comercio» (1975). Consultado el 20 de agosto de 2017 en URL: <http://www.cac.com.ar/data/documentos/6_c13075.pdf>
- CHIHU AMPARÁN, Aquiles y Alejandro López Gallegos (2007). «La construcción de la identidad colectiva en Alberto Melucci» en *Polís: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, vol. 3, número 1, pp. 125-159.
- DE LA GARZA TOLEDO, Enrique (2001). «Subjetividad y Cultura» en *Iztalpalapa*, n.º 50, enero-junio del 2001. Consultado el 2 de febrero de 2013 en URL: <esiuami.uam.mx/revistasuam/iztapalapa/include/getdoc.php?id=796&article=806 &mode=pdf>
- DUBET, François y Danilo Martuccelli (1998). *¿Dans quelle société vivons-nous?* Paris: Seuil.
- INDEC (2017). «Microdatos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH). 1º Trimestre de 2017-Aglomerado Gran Paraná». Paraná, Entre Ríos: Dirección general de Estadística y Censos de la provincia de Entre Ríos.
- LA SERNA, Carlos A. (2010). *La transformación del mundo del trabajo. Representaciones, prácticas e identidades*. Buenos Aires: CICCUS/CLACSO.
- LEÓN, Ema y Hugo Zemelman (Coords.) (1997). *Subjetividad. Umbrales del pensamiento Social*. México: Anthropos.
- MINGO, Graciela y otros (2010). *Del trabajo real al trabajo decente. Conceptos y simbolizaciones en la Región Centro*. Informe Final. Paraná, Entre Ríos: FTS-UNER.
- MINGO, Graciela y otros (2013a). «El trabajo como derecho. Su lugar en la sociedad y en la subjetividad» en Evangelina Benassi, Juan Rubén Zabinski, Mario Ale Siede y Viviana Marcel Verbauwede (Comps.). *Tercer cuaderno de cátedra abierta de Política y Planificación Social*. Paraná, Entre Ríos: FTS-UNER/ Fundación La Hendija.

- MINGO, Graciela y otros (2013b). *Estudio de caso: Impacto de la crisis económica en el colectivo laboral y las subjetividades de los trabajadores de la construcción del Gran Paraná*. Informe Final. Paraná, Entre Ríos: FTS-UNER.
- NEFFA, Julio C. (2008). *Desempleo, pobreza y Políticas Sociales. Fortalezas y debilidades del Plan Jefas y Jefes de Hogar Desocupados*. Buenos Aires: CEIL- PIETTE/ CONICET/ Miño y Dávila.
- NEIMAN, Guillermo y Germán Quaranta (2006). «Los estudios de caso en la investigación sociológica» en Irene Vasilachis de Gialdino (Coord.). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Organización Internacional del Trabajo (2003). «Las consecuencias para el empleo de las fusiones y adquisiciones en el sector del comercio, informe para el debate de la Reunión tripartita sobre las consecuencias para el empleo de las fusiones y adquisiciones». Ginebra: Programa de Actividades Sectoriales.
- RODRÍGUEZ ARDURA, Inma, Antoni Meseguer Artola y Jordi Vilaseca Requena (2007) «Sistemas de venta en línea: un análisis de sus factores críticos para el pequeño comerciante» en *Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação*, vol. 4, número 1, pp. 95-108.
- SENNET, Richard (2009). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona, España: Anagrama.
- STAKE, Robert E. (1998). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- VOMMARO, Pablo (2012). «Los procesos de subjetivación y la construcción territorial: un acercamiento desde experiencias de organizaciones sociales en Buenos Aires» en Piedrahita Echandía, Álvaro Díaz Gómez y Pablo Vommaro (Comps.). *Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos*. Bogotá, Colombia: Biblioteca latinoamericana de subjetividades políticas, Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Datos de las autoras

- Graciela Mingo** (gmbevillac@gmail.com). Licenciada en Ciencia Política. Magister en Metodología de la Investigación. Docente e Investigadora de la Facultad de Trabajo Social - UNER.
- Valeria Rodrigo** (valeriarodrigo@live.com.ar). Licenciada en Trabajo Social. Investigadora de la Facultad de Trabajo Social - UNER.
- Elisa Sarrot** (elisarrot@yahoo.com.ar). Licenciada en Ciencias de la Educación. Magister en Metodología de la Investigación. Docente e Investigadora de la Facultad de Trabajo Social - UNER.