Anais do Semana de Ciência e Tecnologia da PUC Goiás 2014
Disponível em: http://pucgoias.edu.br/ucg/prope/pesquisa/anais/2015/index.htm
ISSN: 2177-3327

SHOPPING CENTER E AXIOLOGIA: UMA ANÁLISE DO FLAMBOYANT SHOPPING CENTER EM GOIÂNIA - GO

FELIPE MATEUS DE ALMEIDA
felipe.mateus.sociologia@gmail.com

A crescente racionalização e reestruturação do modo de produção capitalista ocorrida com o surgimento do regime de acumulação toyotista e o enfraquecimento do regime de acumulação fordista e sua rigidez no processo de produção de mercadorias e nas demais estruturas existentes no capitalismo, trouxeram mudanças significativas. As lutas sociais promovidas pelo proletariado contra a exploração capitalista fizeram com que essa classe conquistasse alguns direitos. Um desses direitos foi a redução de jornada de trabalho e, consequentemente, o aumento do tempo livre ou tempo fora do ambiente de trabalho. Porém, o que se percebe é que o trabalhador continua usando o seu tempo livre de trabalho para a prática do lazer e do consumo programado. É como se o tempo livre do trabalhador não fosse realmente livre, mas sim um tempo que o aprisiona e dita às regras e produtos que ele deve consumir através da propaganda propiciada pelos veículos de comunicação controlados pela burguesia. O Shopping Center é um exemplo claro da racionalização do capital, o que faz com que ele se torne um templo de consumo onde as relações sociais e as demais necessidades das pessoas se materializem (PADILHA, 2006, p. 127). O que se tem então é uma cultura de consumo na qual os próprios trabalhadores do shopping center acabam se enquadrando. Essa cultura de consumo acaba por transformar os hábitos e as relações entre as pessoas, fazendo com que essas relações sejam permeadas pelas mercadorias (PADILHA apud. MARX, op.cit., p. 131). Além disso, o Shopping Center é um espaço onde a questão da flexibilização e da diminuição da jornada de trabalho não acontece, pois, seus trabalhadores têm jornadas que duram até dez horas por dia; isso faz com que o pouco tempo livre que os funcionários do shopping têm, acabe sendo gasto no próprio ambiente de trabalho, ou seja, o lazer deles é programado e objetivado a consumir os produtos do shopping center. Portanto, através do processo de trabalho orientado pelas políticas de regulação toyotistas associadas ao regime de acumulação integral, os valores axiológicos, ilusórios, transitórios, históricos e inautênticos (VIANA, 2007) se encontram presentes no Shopping Center e, consequentemente, no cotidiano de seus trabalhadores e consumidores. Sendo assim, para além de uma análise da sociologia crítica do trabalho, a sociologia crítica dos valores também tem sua importância no sentido de contribuição para a emancipação humana e a autogestão. O Shopping Center deve ser compreendido como um templo das mercadorias que aliena, explora e manipula a subjetividade de seus trabalhadores e não como um espaço que proporciona felicidade e realização pessoal a todas as pessoas. Nesse sentido, O presente artigo tem como objetivo apresentar uma discussão sobre Shopping Center e valores capitalistas. Em um primeiro momento, far-se-á uma introdução apresentando as questões centrais do texto. Após isso, o artigo trará um breve contexto histórico acerca do surgimento dos Shoppings no Brasil, na região centro-oeste, no Estado de Goiás e na cidade de Goiânia. Feitas essas colocações, o escrito ainda trará uma análise sobre Shopping Center e valores axiológicos, levando em consideração as políticas de

regulação do trabalho baseadas no toyotismo. Por fim, far-se-á uma conclusão sintetizando todas as idéias apresentadas no decorrer do texto.

Palavras-chave: Shopping Center. Axiologia. Toyotismo. Valores.