

Les qualifications invisibles dans le secteur des services : le cas des caissières de supermarchés

Invisible Qualifications in the Service Sector: The Case of Supermarket Cashiers

Las calificaciones invisibles en el sector de servicios : el caso de las cajeras de los supermercados

Angelo Soares

Number 40, Fall 1998

Relation de service et métiers relationnels

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/005239ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/005239ar>

[See table of contents](#)

Article abstract

This article reports some of the findings of a survey conducted in Quebec and Brazil involving 106 supermarket cashiers and 32 supermarket managers. The work of the cashiers is complex. It is at once technical, physical, emotional and even sexual insofar as the body of the worker becomes a tool in the production of the service. Like housework, this work thus calls upon a series of invisible, unrecognized qualifications that form part of the quality of the service provided.

Publisher(s)

Lien social et Politiques

ISSN

1204-3206 (print)

1703-9665 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Soares, A. (1998). Les qualifications invisibles dans le secteur des services : le cas des caissières de supermarchés. *Lien social et Politiques*, (40), 105–116. <https://doi.org/10.7202/005239ar>

Les qualifications invisibles dans le secteur des services : le cas des caissières de supermarchés

Angelo Soares

Ce sont là des faits d'une extrême banalité, que tout le monde connaît. Mais ce n'est pas parce qu'ils sont banals qu'ils n'existent pas (Michel Foucault)

Malgré l'importance du secteur des services en matière d'emploi, les analyses sociologiques du travail des services sont encore limitées. Paules (1991) souligne le nombre restreint de recherches et de publications consacrées aux différents emplois dans ce secteur. La majorité des travaux sont en effet encore centrés sur les travailleurs cols-bleus des usines, limitant d'autant notre compréhension du travail des femmes, puisque la majorité d'entre elles sont concentrées dans les emplois du secteur

des services. Ainsi, nous avons encore une compréhension limitée du travail dans ce secteur et des qualifications qui y sont associées.

On se rend compte, en outre, dans les analyses de ce travail, que le concept même de travail et les différents « modèles » d'analyse du travail utilisés se réfèrent d'abord et avant tout à l'univers du travail industriel. En adoptant comme référence cette conception industrielle du travail pour analyser les différents types de travail dans le secteur des services, on est amené à sous-estimer, à mal comprendre ou au moins à ne comprendre que partiellement le travail effectué dans ce secteur par les femmes, les immi-

grant(e)s, les Noir(e)s ou les jeunes (Soares, sous presse).

Notre objectif est donc de mettre en évidence les qualifications associées à différentes dimensions du travail dans le secteur des services qui, la plupart du temps, restent invisibles lorsqu'on les examine avec les instruments d'analyse du travail industriel¹. Dans une première partie, nous présentons les spécificités du travail dans le secteur des services, en mettant en relief les dimensions émotives et sexuelles présentes dans le travail de ce secteur. Nous examinons ensuite le cas des caissières de supermarchés à São Paulo, à Québec et à Montréal, pour illustrer

les spécificités du travail dans le secteur des services et rendre visibles les différentes qualifications existant dans ce type de travail. Si l'on veut bien comprendre le processus de travail, il faut reconnaître que le savoir premier, essentiel est dans la tête des ouvriers et des ouvrières et qu'il y a une rationalité dans leurs comportements (Foucault, 1994).

Nous avons interrogé 106 caissières et 32 gestionnaires de 20 supermarchés au Québec et au Brésil. Le choix de ces deux sociétés est relié au fait que le chercheur les connaît bien et que, malgré des différences économiques et culturelles évidentes, on retrouve suffisamment de convergences dans cette activité commerciale pour autoriser des comparaisons. Ainsi, dans les deux sociétés, le travail à la caisse est un emploi traditionnellement féminin, revêt un caractère répétitif autorisant peu d'autonomie, et est accompli sous une discipline rigide où s'exerce une double supervision, par un superviseur et par la surveillance électronique incorporée dans la caisse enregistreuse. C'est également, dans les deux sociétés, un travail effectué dans des conditions de précarisation croissante dues à l'introduction de diverses formes de flexibilité. Par ailleurs, l'évolution historique des supermarchés brésiliens et québécois a été semblable : des petits com-

merces se sont progressivement transformés en magasins de libre service. Cette ressemblance est encore plus marquée lorsqu'on considère que dans les deux sociétés il y a une prédominance de supermarchés indépendants. Le stade de développement technologique, au moment où cette recherche a été menée, était comparable : on pouvait retrouver, par exemple, dans les deux pays, autant de magasins automatisés que de magasins non automatisés.

Travail et qualifications

Le travail est un rapport social. Plus qu'un simple lien social, il est « une relation (1) antagoniste, (2) structurante pour l'ensemble du champ social, (3) transversale à la totalité de ce champ social » (Kergoat, 1992 : 16). La conceptualisation du travail en termes de rapport social est importante, car non seulement elle dégage le concept d'un caractère purement économique qui traverse ses multiples définitions (Marcuse, 1970 ; Baudrillard, 1975), mais elle rend possible la prise en considération d'une plus grande complexité et le situe dans un contexte social et historique.

En tant que rapport social, le travail est aussi traversé par d'autres rapports sociaux (Kergoat, 1992). « Le travail et l'individu sont toujours situés : ils sont, l'un et l'autre, des productions sociales, des constructions historiques. Ils sont "co-produits" par une société ou une époque donnée : a fortiori, le rapport au travail et le sens du travail » (Billiard, 1993 : 20). Traversé par différents rapports sociaux de race, d'ethnie, de classe, de sexe et d'âge, le travail produit une société et en même temps en est le produit.

Ces rapports sociaux doivent être compris en termes de « coextensivité », autrement dit, en termes de recouvrement partiel des uns par les autres (Kergoat, 1992, 1987).

Comme l'a souligné Hirata (1994), « c'est ce passage du primat de l'économique et des rapports d'exploitation à l'affirmation d'un lien indissociable entre oppression sexuelle (et de classe [de race, d'ethnie et d'âge]) et exploitation économique (et de sexe [de race, d'ethnie et d'âge]) qui permet [...] de re-conceptualiser le travail, de le dynamiser, à partir de l'introduction d'une subjectivité agissante, en même temps "sexuée" et "classée" » (p. 82-83) et qui est aussi marquée par l'âge, la race et l'ethnie.

Le travail dans les services

La théorisation du travail dans le secteur des services est particulièrement difficile et embryonnaire². En effet, le produit final de ce travail est intangible et éphémère ; il est consommé en même temps qu'il est produit, ce qui rend difficile le contrôle de sa qualité, les mesures de sa productivité et parfois même la reconnaissance de son existence.

En outre, la grande diversité des emplois qui composent le secteur des services — des restaurants et des stations-service aux hôpitaux et aux institutions financières — complexifie davantage la théorisation et les recherches sur le travail dans ce secteur.

Ce qui caractérise avant tout les emplois de ce secteur, c'est le fait que le travailleur ou la travailleuse doit interagir avec l'individu à qui le service est livré. « Lorsque les travailleurs et les clients se rencontrent, dans les industries de services, cette relation ajoute une nouvelle dimension au modèle de relations humaines dans l'industrie. Lorsque le client prend une part active à l'activité, toute l'organisation doit être adaptée à son comportement » (Whyte, 1946 : 123). Même si le travailleur et le client ne se connaissent pas et que leur interaction est fugace, il y a *rencontre*,

interaction dans la coproduction d'un centre d'attention visuelle et cognitive (Gutek, 1995). C'est une activité qui présuppose la présence physique, ou au moins un contact verbal, et une influence réciproque entre les individus, sur leurs actions (Goffman, 1961, 1963 et 1983). Toutefois, si, dans l'interaction, se développe une histoire commune qui entraîne des interactions futures, il y a alors, non plus seulement rencontre, mais établissement d'un *rapport* entre les acteurs.

Cette distinction entre la rencontre et le rapport est importante, car la structuration de cette interaction affecte non seulement la qualité de vie au travail des travailleurs et travailleuses et l'expérience des clients (Gutek, 1995), mais, au-delà, le fonctionnement d'une grande partie de la société, car « dans les sociétés contemporaines, presque tout le monde mène chaque jour une transaction de service. Quelle que soit la signification fondamentale de ces interactions pour leurs destinataires, il est clair que la façon dont ils sont traités dans ce contexte déterminera le sens de leur place dans la communauté » (Goffman, 1983 : 14).

De plus, la distinction entre rencontre et rapport nous permet de comprendre le processus de (dé)qualification dans le secteur des services, car avec l'introduction des nouvelles technologies de l'information et des communications (Soares, 1996), la précarisation du travail (Appay et Thébaud-Mony, 1997) et la « mcdonaldisation » de la société (Ritzer, 1996), nous avons de plus en plus de rencontres et de moins en moins de rapports dans le secteur des services.

Finalement, il faut considérer que l'interaction entre les clients et les travailleurs et travailleuses est traversée aussi par des rapports sociaux de sexe, de race, d'ethnie, d'âge et de classe qui se recouvrent partiellement, ainsi que par des rap-

ports de pouvoir qui exigent des qualifications spécifiques pour travailler dans le secteur des services.

La dimension émotive

Cette dimension est très présente dans le secteur des services, mais elle n'est que rarement prise en considération. Le travail dans ce secteur réunit trois caractéristiques principales : 1) il demande un contact face-à-face ou, au moins, un échange verbal avec le public ; 2) l'attitude et l'expression du travailleur produisent un état émotionnel (par exemple confiance, sécurité, peur, etc.) chez le client ; 3) la dimension émotive faisant partie de la tâche, les employeurs peuvent exercer un contrôle sur les activités émotives des employés, à travers la formation et la supervision.

Pour accomplir leur travail, les travailleuses doivent donc posséder des qualifications émotives leur permettant de développer une maîtrise de leurs propres sentiments. Il faut sourire, par exemple, même si on n'en a pas envie. Le sourire fait partie du travail des caissières (Soares, 1995 et 1997 ; Rafaeli, 1989), des infirmières (Smith, 1991 ; Olesen et Bone, 1998 ; Meerabeau et Page, 1998), des hôtesses de l'air. C'est une « partie qui exige qu'elles coordonnent le moi et ses sentiments pour que le travail semble être accompli sans efforts » (Hochschild, 1983 : 8).

Dans le secteur des services, les travailleuses passent la plus grande partie de leur temps de travail au contact des clients. Elles peuvent être considérées comme des tampons entre les clients et l'organisation. Elles sont donc plus fréquemment exposées à un traitement très dur, tout en devant garder calme et sourire, et en maintenant le niveau de service aux clients. Selon Hochschild (1983), le sexe joue un rôle important dans la façon dont le public traite la tra-



107

vailleuse, « car on accorde moins de statut au sexe féminin ; le bouclier statutaire [*status shield*] des femmes contre les abus est plus faible » (p. 175). On ajoute que les rapports sociaux de race ou d'ethnie et les différences de classe renforcent cette réalité, comme on a pu l'observer dans le cas des caissières de supermarchés au Brésil et au Québec (Soares, 1995).

Une autre facette du travail émotif (Thoits, 1996) tient au fait que les travailleuses doivent fréquemment gérer les sentiments du client. Tout se passe comme si le service efficace devait rendre le client heureux et satisfait. Lorsqu'elles réussissent, cela devient une source de satisfaction, puisqu'elles ont le sentiment d'avoir accompli et réussi leur travail émotif.

Wharton et Erickson (1993) raffinent la compréhension de l'accomplissement du travail émotif en précisant qu'il y a différents *degrés* et *types* de travail émotif. D'abord, dans tous les types de travail il y a toujours un certain degré de travail émotif qui est accompli. Ce degré serait lié au fait que l'individu (client, collègue de travail, gestionnaire, etc.) avec qui la travailleuse interagit soit membre ou non de la même organisation. Les auteures soulignent que le plus grand degré de travail

émotif est accompli lorsque les travailleuses sont en interaction avec des groupes ou des individus extérieurs à l'organisation. Par exemple, le degré du travail émotif accompli par une secrétaire est moins prononcé que celui d'une caissière de supermarché, car cette dernière doit faire face à une clientèle qui n'appartient pas à l'organisation, tandis que la secrétaire accomplit le travail émotif par rapport au patron ou à ses collègues qui sont tous membres de la même organisation.

Ces auteures proposent aussi une différenciation selon les types d'émotion. Le travail émotif peut être : a) intégrateur : l'accent est mis sur l'expression de l'amabilité, du sourire, de la gentillesse ; b) dissimulateur : l'expression des émotions doit chercher la neutralité ; et c) différenciateur : les travailleuses cherchent à exprimer l'irritation, la méfiance, l'hostilité pour créer un sentiment de malaise, de préoccupation ou de peur chez le client (Wharton et Erickson, 1993).

Cette typologie représente un premier pas pour différencier les types de travail émotif. Il faut cependant considérer qu'on peut avoir dans un même emploi une conjugaison des différents types de travail émotif, comme c'est le cas pour les infirmières, qui doivent accomplir à la fois un travail émotif intégrateur (Smith, 1991) et un travail émotif dissimulateur (James,

1993). Cela peut être aussi le cas dans d'autres emplois mais la littérature est encore trop limitée pour qu'on puisse avancer plus dans cette direction.

Un aspect important à prendre en considération est que le travail émotif est lui aussi sexué, dans le sens qu'il existe clairement une division sexuelle du travail émotif (Heller, 1980) : aux hommes les tâches qui demandent d'être agressif, dur, rude, froid, etc. L'homme n'a pas le droit de pleurer ou d'être tendre. Aux femmes les tâches qui demandent de la tendresse, de la gentillesse, de la délicatesse, de la sensibilité, de l'intuition, de la douceur, etc. Cette division du travail émotif est visible dans l'organisation du travail : les hommes s'orientent fréquemment vers les emplois où ils doivent être agressifs envers ceux qui transgressent les règles ; les femmes ont plus de chances d'accomplir des tâches liées à la maîtrise de l'agression et de la colère chez les autres.

La dimension sexuelle

L'utilisation du corps au travail a toujours été analysée du point de vue du corps fatigué, les analyses étant centrées sur la dimension physique du travail, sur le travail qui casse le corps. Cette dimension est certes importante et elle est présente dans les différents types de travail. Mais elle n'est pas la seule dimension qui ait un rapport avec le corps. Le travail, à travers l'imposition de maintes disciplines, normalise le corps : qu'on pense à la discipline des uniformes, aux règles du maquillage, aux codes de l'habillement, aux critères de sélection du personnel. Le travail exercé dans le cadre de ces normes façonne les corps, surtout les corps féminins. Le pouvoir de la norme est d'établir une certaine homogénéité, « mais il individualise en permettant de mesurer les écarts, de déterminer les niveaux, de fixer les

spécialités et de rendre les différences utiles en les ajustant les unes aux autres » (Foucault, 1975 : 216).

Il existe également une dimension sexuelle dans le travail qui est très présente dans le secteur des services. Adkins (1995) fait la distinction entre le travail sexuel (*sexual work*), qui fait appel à la sexualité (obligeant par exemple à répondre à des avances sexuelles, à porter un uniforme sexy), et le travail où il y a un échange commercial du sexe (*sex work*), autrement dit un type de prostitution.

Dans le travail sexuel, le corps ou une partie du corps de la travailleuse est instrumentalisé dans la production du service, la plupart du temps pour inciter à la consommation de ce service ou pour attirer la clientèle. L'aspect sexuel est présent puisque les travailleuses, pour avoir accès à l'emploi et y rester, doivent être des actrices sexualisées et afficher une présentation « attirante » ou « agréable » ; elles doivent maintenir une certaine apparence : elles ne peuvent pas sembler fatiguées, ni utiliser des bijoux « excentriques », le maquillage doit être discret.

De cette manière, les femmes doivent non seulement avoir bonne apparence pour être embauchées, mais « elles doivent aussi maintenir cette bonne apparence comme condition pour garder leur emploi ; de plus, comme les femmes n'ont le choix que d'accepter certains standards d'apparence, on peut dire qu'une part du travail pour les femmes est de rester "en forme" » (Adkins, 1992 : 216).

Dans l'interaction avec les clients, le corps des travailleuses devient lui-même une partie du produit. En analysant le travail dans le secteur du tourisme (un hôtel et un parc de loisirs), Adkins (1995) met en évidence les critères de sélection imposés aux travailleuses, axés sur l'apparence physique. Les travailleuses devaient être atti-

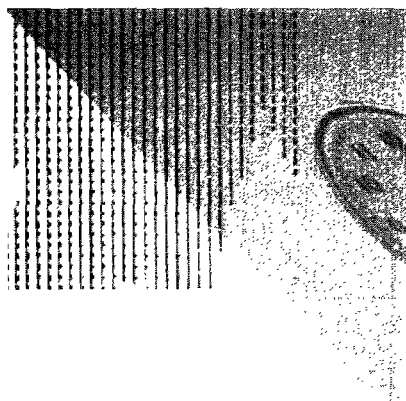
rantes, exigence qui n'était jamais imposée aux employés masculins. Plusieurs candidates n'ont pas été retenues parce qu'elles étaient laides, ou habillées d'une manière bizarre ou encore trop « masculines ».

Dans une étude sur les vendeuses de produits cosmétiques, Lan (1998) démontre comment le corps même de la travailleuse devient un instrument de marketing dans la vente des produits de beauté. Les compagnies exigent que le « corps de la vendeuse soit attirant afin qu'elle puisse jouer efficacement le rôle du corps miroir » (p. 237). Le corps de la travailleuse est utilisé comme une preuve vivante des « améliorations » possibles obtenues grâce à l'utilisation des produits de beauté qu'elle vend.

Finalement, on doit remarquer que le travail sexuel³ exige aussi une grande maîtrise des émotions des travailleuses. En étant des actrices sexualisées, les travailleuses vivent une dissonance émotive, car en même temps qu'elles doivent éveiller un certain intérêt chez le consommateur, elles doivent le « refroidir » sans lui déplaire. Ainsi, les travailleuses utilisent un double ensemble de qualifications, celui lié au travail sexuel et celui lié au travail émotif, mais qui sont généralement considérés comme de la gentillesse, de la politesse ou comme une manière d'être proprement féminine.

Les qualifications dans le secteur des services

La recherche féministe a contribué d'une manière fondamentale à rendre visibles les qualifications invisibles du travail des femmes en insistant sur l'importance du sexe dans l'analyse de la qualification. Ainsi, plusieurs auteures ont démontré que les divisions selon le sexe produisent un effet net : les emplois considérés comme quali-



fiés sont détenus par les hommes tandis que les femmes se retrouvent dans les emplois considérés comme déqualifiés ou semi-qualifiés.

Les qualifications des femmes restent invisibles, la plupart du temps, soit parce que leurs qualifications ne sont pas acquises selon les canaux institutionnels reconnus (Kergoat, 1982), soit parce que leurs qualifications sont considérées comme innées, propres à la nature féminine (Kergoat, 1982; Elson et Pearson, 1981). Par exemple, « les femmes sont censées non seulement avoir par nature les doigts plus agiles, mais aussi être naturellement plus dociles et de meilleure volonté pour accepter une discipline de travail plus rigide, dans des conditions moins protégées syndicalement que les hommes. Elles sont aussi censées être naturellement plus adéquates pour les travaux répétitifs, monotones et ennuyeux » (Elson et Pearson, 1981 : 93).

Comme plusieurs auteures le mettent en relief, les doigts « plus agiles » des femmes ne sont pas un héritage biologique mais bien le résultat d'une formation que les femmes reçoivent depuis qu'elles sont petites pour accomplir les tâches domestiques (par exemple, la couture). L'« invisibilité » de cette formation acquise dans la sphère privée fait que les qualifications qu'elle produit restent asso-

ciées à la « nature » dite féminine et que les emplois qui demandent ces qualifications restent classés comme non qualifiés ou semi-qualifiés. En fait, « peu de formation et d'apprentissage sur le tas sont nécessaires parce que les femmes sont déjà formées » (Elson et Pearson, 1981 : 94).

Malgré la critique féministe, certaines qualifications restent encore invisibles, car ces critiques demeurent restreintes à un concept de qualification centré sur les dimensions physiques et mentales du travail. La dimension émotive du travail est fréquemment justifiée et signalée comme étant de « l'amour » ou comme un trait de la « nature féminine ». Ainsi, « le travail accompli par un homme est considéré comme qualifié, alors que le travail fait par une femme n'est pas qualifié, généralement, parce qu'on croit qu'il s'agit d'un talent naturel des femmes » (Jenson, 1989 : 149). De plus, le corps et les émotions des femmes ont toujours été encadrés par les termes des dichotomies conceptuelles : culture-nature, société-biologie, raison-émotion, esprit-corps, etc., ce qui a constitué un obstacle intellectuel pour la reconnaissance des qualifications émotives des femmes, car les émotions se trouvent exactement au carrefour de ces débats.

Nous allons illustrer cette invisibilité à partir du cas des caissières dans les supermarchés, un emploi traditionnellement féminin au Brésil et au Québec.

Le travail à la caisse

Le travail des caissières dans les supermarchés comporte plusieurs dimensions : une *dimension physique* d'abord, puisque la caissière doit rester debout (ou assise dans le cas brésilien) pendant de longues journées de travail qui peuvent aller jusqu'à douze heures. Les caissières manipulent aussi beaucoup

de poids à la caisse puisqu'elles passent tous les produits qui existent dans les supermarchés, parfois à plusieurs reprises, quand elles font l'emballage⁴. C'est un travail qui demande aussi de la coordination motrice parce que la caissière, en même temps qu'elle tape les prix des produits et les codes, doit contrôler l'avancement des tapis roulants avec ses jambes et ses pieds. De plus, c'est un travail qui demande une attention extrême, non seulement à cause de la manipulation de l'argent, mais aussi à cause des tâches qui sont accomplies de façon simultanée. Il arrive souvent que les caissières, en même temps qu'elles tapent les prix et les codes des produits, contrôlent le passage des produits et donnent des renseignements aux clients.

Une *dimension mentale* ensuite : il faut maîtriser, par exemple, les différents codes lors de l'enregistrement des produits. Les caissières doivent connaître les produits qui existent dans le supermarché (selon la taille des supermarchés leur nombre peut varier entre cinq et vingt mille). La caissière doit connaître le magasin, puisqu'elle doit placer chaque produit dans son département respectif. Il faut remarquer ici que les supermarchés profitent du savoir des femmes en tant que consommatrices. Comme une des tâches attribuées aux femmes dans le travail domestique est de faire les courses

dans les supermarchés, elles connaissent bien les produits, leur classement et parfois même leur disposition dans le supermarché. C'est une des raisons pour lesquelles certains supermarchés ont comme critère de sélection pour l'embauche des caissières la proximité géographique entre le magasin et la résidence des candidates, qui contribue aussi à la ponctualité et à la réduction des absences.

Lorsqu'on analyse le travail des caissières, on se rend compte que l'interaction avec les clients occupe un rôle central dans leurs vies. C'est un aspect important qui n'a été pas été pris en considération par les analyses ergonomiques du travail des caissières. En effet, la description des tâches faite par les ergonomes du travail « réel » des caissières nous semble statique et distante de la réalité dynamique de ce travail, comme s'il avait été observé à un moment où le magasin était fermé, comme si les rapports entre les travailleurs, les travailleuses et la clientèle étaient systématiquement « oubliés ». Il est alors impossible de comprendre le travail et ses qualifications, puisqu'on néglige le système interactionnel, en analysant le travail dépourvu de sa matrice sociale (Hughes, 1958). C'est un fait d'autant plus préoccupant que les caissières interviewées ont été unanimes à souligner que répondre aux clients était la tâche la plus centrale dans leur vie au travail :

La première des choses, c'est qu'on rencontre le client (caissière québécoise 4)⁵.

L'essentiel, d'après moi, c'est de bien répondre au client (caissière brésilienne 1).

La caissière rencontre les clients

Le travail à la caisse comporte la rencontre entre la caissière et les clients. C'est là une différence capitale entre le travail de caissière et le travail industriel. C'est un aspect important parce que la caisse

est un lieu d'intersection des rapports de classe, de sexe et de race ou d'ethnie. La caissière est le « point d'accès » (Giddens, 1990) entre les clients et les supermarchés. Les clients peuvent entrer dans le magasin et ne parler qu'à la caissière. Les caissières répondent à toutes sortes de questions : les prix des produits, les horaires d'ouverture du magasin, la localisation des produits, etc.

Tu dois être sympathique [...] si le client ne comprend pas, tu dois lui expliquer. S'il a eu un problème dans le magasin, il ne va pas résoudre ça là, tout simplement, ça va tomber à la caisse. Toujours, la plupart des choses qui arrivent dans le magasin, c'est la caissière qui l'a sur le dos (caissière brésilienne 7).

Si le client a fait emballer sa commande par un emballeur et la madame arrive à la maison, ses tomates sont écrasées, qui elle revient voir ? La caissière. « J'étais arrivée chez nous madame et mes tomates étaient tout écrasées. » Oups, l'emballeur n'a pas fait son travail comme il faut, mais c'est la caissière qui passe en premier. C'est toujours comme ça, on dirait que le client se défoule sur la caissière (caissière québécoise 3).

On voit clairement que c'est la caissière qui fait la liaison entre l'organisation et les clients. En plus de donner les renseignements aux clients, la caissière reçoit la plupart des plaintes des clients. Elle va aussi subir les conséquences des problèmes existant dans d'autres départements (absence du prix des produits, ou indication erronée de prix, etc.). Ainsi, les caissières seront les personnes clés dans l'organisation en ce qui concerne la détection et la solution des problèmes comme, par exemple, un emballeur qui n'a pas fait son travail correctement.

Les caissières utilisent aussi fréquemment ce que Goffman (1967) a appelé des « social skills », en l'occurrence « la capacité d'éviter des situations embarrassantes à autrui ou à soi-même » (p. 103). La diplomatie⁶ est un

exemple de qualification « invisible » de grande importance dans le travail à la caisse qui est d'ailleurs fréquemment requise dans les rapports avec la clientèle. Dans un métier masculin, la diplomatie est toujours reconnue comme une qualification importante, mais dans un emploi traditionnellement féminin, comme à la caisse, la diplomatie n'est pas considérée comme une qualification, mais comme de la gentillesse, de la délicatesse et de la patience, caractéristiques attribuées à la « nature féminine ».

Il est important de souligner que la diplomatie est une qualification importante dans la qualité du service rendu à la clientèle.

Nous on le connaît. On sort nos gants blancs dans ce temps-là. On donne 200 pour cent au lieu de donner 100 pour cent, mais il nous dispute pour aucune raison. [...] Il y a toujours moyen, comme si, mettons qu'on a une promotion, tu vois que la cliente ou le client est un peu mécontent, qu'il y a quelque chose, ça « file » pas. Bon, tu vas lui donner un petit coupon de plus. Il va partir et il va en avoir deux à gratter, au lieu d'un. Le client l'apprécie, il revient la prochaine fois et il n'est pas pareil comme avant [...] il est plus de bonne humeur quand il revient (caissière québécoise 3).

Il faut faire preuve de diplomatie dans des moments délicats où, par exemple, le client n'a pas assez d'argent pour régler la facture, sans créer une situation embarrassante pour lui.

Quand le client n'a pas d'argent ça, on vient plus mal à l'aise pour le client, on se met à la place de la personne. Si on passe une carte de guichet automatique, c'est marqué fonds insuffisant, c'est plus facile de le dire au client quand il est tout seul (caissière québécoise 29).

On peut aussi constater que, dans ces situations, les caissières réalisent une gestion des émotions des clients, ce qui exige des qualifications émotives.

Les qualifications émotives

En effet, les caissières doivent posséder des qualifications émotives pour accomplir leur travail, c'est-à-dire une capacité de développer une gestion de leurs propres sentiments. Le sourire fait partie du travail de caissière. Ainsi, au Québec et au Brésil, les manuels de formation soulignent l'importance du sourire :

La courtoisie doit être un point fort ; il n'existe rien qui puisse remplacer la cordialité et la sympathie de la caissière [...] Le sourire spontané et sincère ferme, avec une clé d'or, l'accueil du client (Manuel de formation, supermarché brésilien).

Dans le manuel de formation d'un supermarché québécois, l'accueil du client est présenté dans un schéma où la première tâche attribuée à la caissière est : « regarder le client, sourire ». Les caissières sont pourtant les plus exposées à un traitement souvent arrogant et parfois même violent (Soares, 1998), ce qui leur demande une qualification émotive accrue pour gérer leurs émotions en gardant leur calme et leur sourire, tout en maintenant le niveau de service aux clients. Ce type de qualification, développé à travers les années d'expérience comme caissière, est évident lorsque cette caissière québécoise explique comment elle fait pour venir à bout d'un client difficile :

C'est d'essayer de prendre ça le plus calmement possible. C'est pas toujours évident non plus [...] Je pense que c'est au fil des années que tu apprends à réagir. C'est pas avec la première personne que tu vas réagir le mieux, c'est au fil de mauvaises expériences que tu finis par prendre plus d'assurance pour essayer de t'en sortir, de réagir le moins fortement possible, c'est pas toujours évident (caissière québécoise 29).

Une autre facette du travail émotif (Thoits, 1996) est le fait que les caissières doivent fréquemment faire la gestion des sentiments des



111

clients. Tout se passe comme si le service efficace devait rendre le client heureux et satisfait. Ainsi, les caissières se donnent le défi de changer l'humeur des clients. Lorsqu'elles réussissent, cela devient une source de satisfaction :

Moi je sais celui qui me dit bonjour pis celui qui me le dit pas. Je persiste toujours à lui dire. Il y avait une madame qui était comme ça, elle disait jamais bonjour, jamais merci. J'ai réussi à lui faire dire à force de persister. Astheure, c'est elle qui me le dit avant que je lui dise (caissière québécoise 30).

La dame est arrivée à ma caisse et elle ne m'a même pas regardée, alors je lui ai dit : « Bonjour Madame ! » et elle m'a dit : « qu'est-ce que tu as dit ? » Et je lui ai dit « Bonjour n'est-ce pas ? ». Et elle m'a dit : « tu ne sais pas à quel point tu m'as remonté le moral, j'ai eu une journée terrible au boulot, j'ai failli donner ma démission, et puis j'arrive ici et tu me traites bien, tu m'as fait du bien ». Alors, on se sent bien d'avoir fait du bien (caissière brésilienne 14).

Lorsque le client est hargneux, comme je souris et je parle toujours, peu à peu je l'apprivoise [...] Au moment de partir, parfois la personne dit merci beaucoup, je réponds merci beaucoup et bonne journée. Il n'y a pas moyen de ne pas répondre à un merci, n'est-ce pas ? (caissière brésilienne 41).

On peut reconnaître, à partir des discours des caissières, cette dimension du travail émotif, c'est-à-dire le travail consistant à relever le statut et le bien-être de l'autre, « un effort invisible qui, comme

dans le travail ménager, n'est pas considéré comme un travail mais qui est tout de même décisif pour que d'autres tâches soient accomplies » (Hochschild, 1983 : 167). De plus, c'est un effort aussi crucial pour la qualité du service rendu, par conséquent pour la satisfaction du client, deux facteurs importants pour la réussite commerciale du magasin dans un marché local où il y a une forte compétition.

Les qualifications sexuelles

Dans le travail de caissière, la dimension sexuelle est aussi présente puisque les travailleuses, pour avoir accès à l'emploi et y demeurer, doivent être des actrices sexualisées et posséder une apparence « attirante » ou « agréable ». Dans les supermarchés, les caissières reçoivent des conseils sur la façon dont elles doivent se tenir, coiffer leurs cheveux, se maquiller, porter leur uniforme ou un certain type de chaussures, etc. Le contrôle du corps des travailleuses est un des aspects les plus visibles de cette dimension sexuelle du travail. Dans les règles et politiques des supermarchés, on trouve une vaste liste de règles qui standardisent l'apparence physique des caissières :

Les règles les plus élémentaires d'hygiène corporelle doivent être respectées. La transpiration, la mauvaise haleine, la malpropreté des dents indisposent toujours la *clientèle* et les gens de l'entourage. Les mains et les ongles doi-

vent être propres. Vos cheveux doivent être propres et coiffés. Les exagérations en matière de coiffure, maquillage et bijoux ne pourraient que frustrer la *clientèle*. [...] Votre uniforme se doit d'être propre, non délavé, sans pièce ajoutée et repassé lorsque nécessaire. Vos chemises doivent être blanches ou de couleur pâle et unie et vos pantalons bien pressés. Aucun jeans n'est toléré. Vos souliers doivent être fermés et propres. Le port de l'espadrille est prohibé (Guide des règles et des politiques d'un supermarché québécois).

Un autre magasin ajoute :

Les cheveux doivent être propres et coiffés de façon à ne pas obstruer la vue et entraîner ainsi l'arrangement continuuel de la chevelure (Manuel de formation des caissières d'un supermarché québécois).

On pourrait toujours essayer de faire remarquer que ce sont des règles dites formelles et que, dans la pratique, cela peut être nuancé par la « négociation continuelle de l'ordre » dont parlent Edwards et Whitston (1994). Cependant, plusieurs caissières et plusieurs gestionnaires nous ont apporté des témoignages qui portent à croire que ces règles sont bien appliquées :

Notre standard de caissière ici est très bon ; la scolarité, l'apparence, le contact, le dialogue [...]. Lorsqu'on a ouvert ici, si vous regardiez il semblait qu'on avait 180 modèles, seulement des poupées, quelque chose de fou. Tout de suite elles ont commencé à changer d'emploi. [...] Ainsi, on a diminué un peu le profil de l'employée et ça marche, on n'a plus de problème (gestionnaire brésilien 12).

Dans les premiers temps que je travaillais ici, un moment donné, j'avais un petit bandeau, c'était à la mode des petits bandeaux dans les cheveux, pis sur le front comme ça. Fait que j'arrive avec ça et je travaillais avec ça, j'avais les cheveux bien arrangés et, un moment donné, le gérant vient me voir et me dit : il faut que tu l'enlèves. Ben, là je ne l'ai pas trouvé drôle [...]. Il faut que ce soit classique. Il faut pas trop que ça diffère là, malgré qu'il y a des métiers qui sont pires. Il faut pas différer trop (caissière québécoise 13).

En effet, autant à São Paulo qu'à Québec, nous avons constaté plusieurs fois la présence d'affiches, souvent à côté des miroirs, qui rappellent ces règles de contrôle de l'apparence.

Le corps de la travailleuse est aussi utilisé comme une stratégie de marketing par la gestion des supermarchés. Un gestionnaire québécois nous a expliqué, par exemple, que l'absence d'uniforme et le style « cool » des caissières constituaient une façon d'attirer la clientèle à son magasin situé dans un quartier considéré comme « alternatif » où se retrouvent beaucoup de jeunes et d'étudiants. Au Brésil, il est courant que les caissières portent des « t-shirts » qui annoncent les promotions des supermarchés. Le marketing à double sens vise toujours à exploiter la dimension sexuelle du travail, ce qui induit les clients à traiter les travailleuses comme des actrices sexualisées.

De cette manière, on constate dans les supermarchés québécois et brésiliens la présence de la modernisation du pouvoir patriarcal dont parle Bartky (1990) ; autrement dit, la féminité normative d'aujourd'hui est de plus en plus centrée sur la sexualité et l'apparence des femmes, bref, sur le corps de la femme :

Les filles en portent toujours du rouge à lèvres. On en arrive même à en faire une exigence. La fille arrive sans rouge à lèvres et je dis : « écoute, le rouge à lèvres. Tu es très pâle aujourd'hui ». Alors, elle monte et va s'en mettre. Les hommes, la barbe faite et les cheveux coupés (gestionnaire brésilien 3).

Le reflet de votre image est : cheveux propres et coiffés simplement ; visage souriant ; maquillage : simple et appliqué soigneusement ; gomme à mâcher : en aucun temps ; hygiène personnelle : à surveiller continuellement, mains et ongles propres ; bijoux : modérément ; uniforme : [nombre, couleur, longueur, entretien] ; souliers : fermés et confortables ; bas : en tout temps (Manuel de for-

mation des caissières d'un supermarché québécois).

On pourrait imaginer que la seule différence entre le contrôle du corps des travailleurs et des travailleuses réside dans la question du maquillage. On pourrait même argumenter que si pour la femme il y a l'exigence du maquillage, pour l'homme il y a celle du rasage soigné. Cependant, comme l'a bien souligné Bartky (1990), si pour l'homme une attention quotidienne aux normes d'hygiène est suffisante, tel n'est pas le cas pour la femme. Tout se passe comme si le visage de la travailleuse était défectueux sans maquillage. Un exemple qui peut clarifier la différence entre le maquillage et le rasage est celui du supermarché brésilien qui a donné un cours de maquillage pour les caissières, sans jamais envisager, par contre, un cours de rasage pour les travailleurs.

Selon Bartky (1990), cette discipline imposée au corps des femmes à travers les images véhiculées dans les médias, et on ajoute à travers les pratiques quotidiennes au travail, demande tellement de transformations corporelles que presque toutes les femmes finissent par incorporer un certain degré de honte et de culpabilité puisque leur corps est d'une façon ou d'une autre « défectueux » :

Malheureusement, le gérant actuel pense que seules les personnes belles sont intelligentes. Il ne m'a jamais donné ma chance. Je crois qu'il ne parle pas avec moi parce que je suis un peu rondelette, est-ce que c'est correct ça ? (caissière brésilienne 25).

Finalement, les caissières accomplissent aussi une tâche qu'on pourrait appeler le « refroidissement » diplomatique du client, qui consiste à éluder les avances d'ordre sexuel, ou à repousser le harcèlement sexuel, sans frustrer le client⁷. Dans les supermarchés brésiliens et québécois, la plupart des caissières ont rapporté des cas de

harcèlement sexuel qui s'avèrent être surtout de nature verbale : blagues, commentaires, insinuations, propositions, invitations, mais qui peuvent aller jusqu'aux avances physiques, aux pincements, aux baisers et même, dans un cas, à la poursuite d'une caissière par un client, à la sortie de son travail.

Il y a toujours des petites blagues [...] à quelle heure sors-tu ? Puis-je t'attendre dehors ? (caissière brésilienne 28).

Il y a toujours [...] des petites histoires. Qu'est-ce que tu fais ce soir ? Des choses comme ça (caissière québécoise 2).

Pour faire face à cette réalité les caissières utilisent maintes qualifications :

Je prends ça en blague, je vais agir comme s'il faisait une blague, ainsi cela passe inaperçu (caissière brésilienne 36).

Je préfère prendre ça en blague (caissière brésilienne 41).

Ça arrive régulièrement, mais il faut prendre ça plus en riant. On tourne ça souvent en farce, moi en tout cas, en lui montrant qu'on n'est pas intéressée [...] Souvent, des messieurs qui viennent acheter de la loterie, ils vont dire en tout cas « si je gagne-là je vais t'enlever et je vais donner de l'argent à ton chum pour qu'il nous laisse partir ». Je lui dis, dans ce temps-là : « J'espère que ça va pas vous faire gagner, juste d'avoir dit ça » (caissière québécoise 13).

Dans l'impossibilité d'affronter directement le client, face à la nécessité de garder son emploi et à l'existence d'une idéologie selon laquelle « le client a toujours raison », la caissière doit gérer ses émotions avec diplomatie et réussir à transformer la situation de manière à en garder le contrôle. La caissière utilise alors le principe de « dissonance émotive » dont parle Hochschild (1983) : elle établit une séparation entre ce qu'elle ressent et ce qu'elle manifeste.

Ça va aller toujours avec l'humour (caissière québécoise 21).

S'il veut s'obstiner, on parle pas, il faut pas trop essayer d'argumenter. Au début, j'essayais plus d'argumenter et d'expli-

quer des points de vue, sauf que astheure on est mieux de faire un sourire, hausser les épaules et dire ben, c'est ça, c'est comme ça (caissière québécoise 13).

Des fois, c'est difficile, mais je ne deserre pas les dents (caissière brésilienne 4).

Conclusion

Trop axé sur le travail industriel, le concept de travail qui prévaut aujourd'hui est, de plusieurs points de vue, inadéquat. Il contribue notamment à rendre invisibles les qualifications et le travail des femmes. D'après la littérature féministe, cette invisibilité nous ramène toujours à la dichotomie entre travail rémunéré (visible) et travail domestique (invisible). Cependant, même dans le travail rémunéré aujourd'hui, plusieurs aspects du travail des femmes restent invisibles.

La dimension émotive est l'une de ces dimensions invisibles. Les travailleuses dans leur vie quotidienne au travail (rémunéré ou domestique) doivent faire une gestion de leurs propres émotions et de celles des autres pour être capables d'accomplir leur travail. Tout ce travail, extrêmement exigeant et dur d'un point de vue émotif, reste la plupart du temps invisible, camouflé sous le discours de l'amour ou associé à la « nature féminine ». De cette manière, les qualifications nécessaires à l'accomplissement du travail émotif ne sont pas reconnues et ne sont donc pas rémunérées. De plus, non seulement les travailleuses ne voient pas la valorisation de leur travail mais elles sont stigmatisées comme étant « émotives ».

La dimension sexuelle est une autre dimension qui demeure invisible. Le corps et la sexualité de la travailleuse, surtout dans le secteur des services, sont une partie constitutive de la production du service. Utilisé comme une stratégie de marketing par les employeurs, le corps de la travailleuse est soumis à

un ensemble de « disciplines » qui « majorent les forces du corps (en termes économiques d'utilité) et diminuent ces mêmes forces (en termes politiques d'obéissance) » (Foucault, 1975 : 162). C'est aussi à travers ces disciplines normalisantes que les femmes continuent « à mémoriser dans leur corps le sentiment et la conviction du manque, de l'insuffisance, de n'être jamais assez bonnes » (Bordo, 1993 : 166). Ces sentiments, non seulement servent à démoraliser les travailleuses mais peuvent aussi nuire à la construction de l'identité des femmes et à la limite même les détruire, comme dans les cas d'anorexie nerveuse.

Le travail des caissières est caractérisé par une discipline et un contrôle rigides de leur temps au travail, de leur corps, de leur comportement et de leurs émotions. C'est un travail où les clients occupent une place importante dans l'activité de travail. Plus qu'une source d'interaction sociale, les clients représentent aussi une source de défis pour les caissières, surtout en ce qui concerne leurs états d'âme : le service efficace est celui qui rend les clients non seulement satisfaits, mais surtout heureux. Ce travail émotif, comme le travail ménager, est un travail invisible, peu valorisé, non reconnu, mais qui apparaît justement au moment où il n'est pas accompli. Il

est partie intégrante de la qualité du service.

Le travail à la caisse est donc très éloigné d'un travail non qualifié. Il implique et mobilise un grand nombre de qualifications qui restent toujours invisibles, car elles sont différentes de celles qu'on trouve dans le travail industriel, et surtout elles constituent des savoirs associés à « la nature féminine », non reconnus bien qu'essentiels. L'idée que le travail à la caisse ne demanderait pas de qualifications particulières contribue aussi à maintenir l'invisibilité des qualifications des caissières.

Il est à notre avis très important que les analyses du travail dans le secteur des services prennent en considération ces dimensions invisibles, pour contrecarrer cette conception limitée et partielle du travail fondée sur les comportements et les qualifications du travail au masculin dans le secteur formel de la production de biens, qui tend à s'imposer comme norme et représentation juste, complète et suffisante du travail humain.

Angelo Soares
Cinbiose-UQAM

Notes

- ¹ Je tiens à remercier Helena Hirata et Jane Jenson, dont les commentaires m'ont beaucoup aidé dans l'élaboration de cet article. J'exprime aussi ma gratitude à M. Frédéric Lesemann, pour la révision du texte et ses remarques pertinentes.
- ² Récemment, quelques études ont apporté des contributions importantes pour la théorisation du travail des services. Voir notamment Leidner, 1993 ; Gutek, 1995 ; Paules, 1991 ; Gadrey, 1996 ; et Gadrey et Gadrey, 1991.
- ³ Le travail sexuel est aussi traversé par les rapports sociaux de sexe, par exemple : l'exploitation de la virilité masculine (Dejours, 1997) ou de la « muliérarité » (Molinier, 1998) ; par les rapports sociaux de race et d'ethnie, par exemple : l'exploitation de l'exotisme des travailleuses et travailleurs noirs, asiatiques ou « latinos »

dans l'industrie de la pornographie ; et par les rapports sociaux d'âge, par exemple : l'exploitation des jeunes adolescentes dans l'industrie de la mode.

- ⁴ Il est important de souligner que l'introduction des nouvelles technologies à la caisse n'a pas éliminé la pénibilité physique du travail des caissières ; au contraire, avec le lecteur optique les caissières manipulent plus de poids. Pour une discussion plus détaillée, voir Soares, 1996.
- ⁵ Les propos des caissières et des gestionnaires québécois sont transcrits fidèlement parce que nous croyons que c'est un document socio-culturel important. Malheureusement, la même procédure ne peut pas être appliquée pour les discours brésiliens à cause de la traduction du portugais vers le français.
- ⁶ On trouve aussi cette question de la diplomatie dans le travail de secrétaire. Pour une analyse sur l'invisibilité de cette qualification dans le travail de secrétaire, voir Murphree, 1987 ; Machung, 1983 ; et Soares, 1990.
- ⁷ Voir sur ce sujet Snow et al., 1991.

Bibliographie

- ADKINS, Lisa. 1992. « Sexual work and the employment of women in the service industries », dans M. SAVAGE et A. WITZ, éd. *Gender and Bureaucracy*. Oxford, Blackwell Publishers : 207-228.
- ADKINS, Lisa. 1995. *Gendered Work : Sexuality, Family and the Labour Market*. Buckingham, Open University Press.
- APPAY, Béatrice, et Annie THÉBAUD-MONY. 1997. *Précarisation sociale, travail et santé*. Paris, IRESO/CNRS.
- BARTKY, Sandra Lee. 1990. *Femininity and Domination : Studies in the Phenomenology of Oppression*. New York, Routledge.
- BAUDRILLARD, Jean. 1975. *Le Miroir de la production*. Paris, Galilée.
- BENDELOW, Gillian, et Simon J. WILLIAMS, éd. 1998. *Emotions in Social Life: Critical Themes and Contemporary Issues*. Londres, Routledge.
- BILLIARD, Isabelle. 1993. « Le travail : un concept inachevé », *Éducation permanente*, 116 : 19-32.
- BORDO, Susan. 1993. *Unbearable Weight : Feminism, Western Culture, and the Body*. Berkeley, University of California Press.
- DEJOURS, Christophe. 1993. *Travail : usure mentale. Essai de psychopathologie du travail*. Paris, Bayard Éditions.
- DEJOURS, Christophe. 1997. « Virilité et stratégies collectives de défense dans les

- nouvelles formes d'organisation du travail », *Les Cahiers du MAGE*, 3-4 : 147-158.
- EDWARDS, Paul K., et Colin WHITSTON. 1994. « Industrial discipline, the control of attendance, and the subordination of labour : Towards an integrated analysis », *Work, Employment & Society*, 3, 1 : 128.
- ELSON, Diane, et Ruth PEARSON. 1981. « Nimble fingers make cheap workers : An analysis of women's employment in Third World export manufacturing », *Feminist Review*, 7 : 87-107.
- FOUCAULT, Michel. 1994. *Dits et écrits*. Paris, Gallimard.
- FOUCAULT, Michel. 1975. *Surveiller et punir*. Paris, Gallimard.
- GADREY, Jean. 1996. *Services : la productivité en question*. Paris, Desclée de Brouwer.
- GADREY, Jean, et Nicole GADREY. 1991. *La Gestion des ressources humaines dans les services et le commerce*. Paris, L'Harmattan.
- GIDDENS, Anthony. 1990. *The Consequences of Modernity*. Stanford, Stanford University Press.
- GOFFMAN, Erving. 1961. *Encounters : Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis, Bobbs-Merrill Educational Publishing.
- GOFFMAN, Erving. 1963. *Behavior in Public Places*. New York, Free Press.
- GOFFMAN, Erving. 1967. *Interaction Ritual : Essays on face-to-face Behavior*. New York, Pantheon Books.
- GOFFMAN, Erving. 1983. « The interaction order », *American Sociological Review*, 48 : 1-17.
- GUTEK, Barbara. 1995. *The Dynamics of Service*. San Francisco, Jossey-Bass Publishers.
- HELLER, Agnes. 1980. « The emotional division of labor between the sexes », *Social Praxis*, 7, 3-4 : 205-218.
- HIRATA, Helena. 1994. « Rapports sociaux de sexe et division du travail : contribution à la discussion sur le concept de travail », dans J. BIDEY et J. TEXIER. *La Crise du travail*. Paris, PUF.
- HOCHSCHILD, Arlie Russel. 1983. *The Managed Heart : Commercialization of Human Feelings*. Berkeley, University of California Press.
- HUGHES, Everett C. 1958. *Men and their Work*. Glencoe (Illinois), The Free Press.
- JAMES, Nicky. 1993. « Divisions of emotional labour : Disclosure and cancer », dans Stephen FINEMAN, *Emotion in Organizations*. Newbury Park, Sage.
- JAMES, Nicky. 1989. « Emotional labour : Skill and work in the social regulation of feelings », *The Sociological Review*, 37, 1 : 15-42.
- JENSON, Jane. 1989. « The talents of women, the skills of men: Flexible specialization and women », dans Stephen WOOD. *The Transformation of Work ?* Londres, Unwin Hyman.
- KERGOAT, Danièle. 1982. *Les Ouvrières*. Paris, Le Sycomore.
- KERGOAT, Danièle. 1987. « Em defesa de uma sociologia das relações sociais. Uma análise crítica das categorias dominantes à elaboração de uma nova conceituação », dans André KARTCHEVSKY. *O sexo do trabalho*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- KERGOAT, Danièle. 1992. « À propos des rapports sociaux de sexe », *M*, 53 : 1619.
- LAN, Pei-Chia. 1998. « "Bodily labor" in contemporary service jobs: Cosmetics retailers in department stores and direct selling », dans Rick BALDOZ, Phoebe GODFREY, Carol JANSEN, Charles KOEBER et Philip KRAFT, éd. *Work, Difference and Social Change*. Conference Proceedings. Binghamton, New York, SUNY, Department of Sociology.
- MACHUNG, Anne. 1984. « Word processing : Forward for business, backward for women », dans Karen B. SACHS et Dorothy REMY, éd. *My Troubles Are Going to Have Trouble with Me*. New Brunswick, NJ, Rutgers University Press.
- MARCUSE, Herbert. 1970. « Les fondements philosophiques du concept économique de travail », dans Herbert MARCUSE. *Culture et société*. Paris, Les Éditions de minuit : 760.
- MEERABEAU, Liz, et Susie PAGE. 1998. « "Getting the job done" : Emotion management and cardiopulmonary resuscitation in nursing », dans Gillian BENDELOW et Simon J. WILLIAMS, éd. *Emotions in Social Life : Critical Themes and Contemporary Issues*. Londres, Routledge.
- MOLINIER, Pascale. 1998. « Les femmes "font" la différence », *Le Journal des psychologues*, 155 : 42-45.
- MURPHREE, Mary C. 1984. « Brave new office: The changing world of the legal secretary », dans Karen B. SACHS et Dorothy REMY, éd. *My Troubles Are Going to Have Trouble with Me*. New Brunswick, NJ, Rutgers University Press.
- NETTLETON, Sarah, et Jonathan WATSON. 1998. *The Body in Everyday Life*. Londres, Routledge.
- OLESEN, Virginia, et Debora BONE. 1998. « Emotions in rationalizing organizations: Conceptual notes from professional nursing in the USA », dans Gillian BENDELOW et Simon J. WILLIAMS, éd. *Emotions in Social Life : Critical Themes and Contemporary Issues*. Londres, Routledge.
- PAULES, Greta Foff. 1991. *Dishing it out : Power and Resistance among Waitresses in a New Jersey Restaurant*. Philadelphie, Temple University Press.
- PHILLIPS, Ann, et Barbara TAYLOR. 1980. « Sex and skill : Notes towards a feminist economics », *Feminist Review*, 6 : 79-88.
- RAFAELI, Anat. 1989. « When cashiers meet customers : An analysis of the role of supermarket cashiers », *Academy of Management Journal*, 32, 2 : 245-273.
- RITZER, George. 1996. *The McDonaldisation of Society*. Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- SENNET, Richard, et Jonathan COBB. 1972. *The Hidden Injuries of Class*. New York, W. W. Norton and Co.
- SMITH, Pam. 1991. *The Emotional Labour of Nursing : Its Impact on Interpersonal Relations, Management and the Educational Environment in Nursing*. Londres, Macmillan.
- SNOW, David A., Cheryl ROBINSON et Patricia L. McCALL. 1991. « "Cooling out" men in single bars and nightclubs : Observations on the interpersonal survival strategies of women in public places », *Journal of Contemporary Ethnography*, 19, 4 : 423-449.
- SCARES, Angelo. 1990. « Novas tecnologias e a questão do gênero : A automação e as secretarias », *Revista de Administração de Empresas*, 30, 3 : 69-78.
- SOARES, Angelo. 1995. *Les (Més)aventures des caissières dans le paradis de la consommation. Une comparaison Brésil-Québec*. Québec, Université Laval, thèse de doctorat en sociologie.
- SOARES, Angelo. 1996. « Nouvelles technologies = nouvelles qualifications ? Le cas des caissières des supermarchés », *Recherches féministes*, 9, 1 : 37-56.
- SOARES, Angelo. 1997. « La solidarité comme stratégie de résistance. Les caissières des supermarchés au Brésil et au Québec », dans Angelo SOARES, éd. *Stratégies de résistance et travail des femmes*. Montréal et Paris, L'Harmattan : 185-215.
- SOARES, Angelo. 1998. « Sur la ligne de feu : la rencontre entre la caissière et les clients des supermarchés », dans Carole LAMOUREUX et Estelle M. MORIN, éd. *Travail et carrière en quête de sens*. Cap-Rouge, Presses Interuniversitaires.
- SOARES, Angelo. À paraître. « "Si loin, si proche" : le travail dans le secteur des services », *Psychologie du travail et des organisations*.
- THOITS, Peggy. 1996. « Managing the emotions of others », *Symbolic Interaction*, 19, 2 : 85-109.
- WHARTON, Amy S., et R. J. ERICKSON. 1993. « Managing emotions on the job and

at home : Understanding the consequences of multiple emotional roles ». *Academy of Management Review*, 18, 3: 457-486.

WHYTE, William Foot. 1946. « When workers and customers meet », dans William Foot WHYTE, éd. *Industry and Society*. New York, McGraw Hill.

WILLIAMS, Simon J., et Gillian BENDELOW. 1996. « Emotions, health and illness: the missing link in medical sociology ? » dans Veronica JAMES et Jonathan GABE, éd. *Health and the Sociology of Emotions*. Londres, Blackwell.

ZYLBERBERG-HOCQUARD, Marie-Hélène. 1989. « Corps féminins au miroir de l'entreprise. Un exemple : les ouvrières de l'État », *Revue Prévenir*, 18 : 95-108.